



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**“Implementación de un Periódico Comunitario, en la
Parroquia Baños, perteneciente al cantón Cuenca”**

*TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL MENCIÓN PERIODISMO.*

**AUTOR (AS): MARÍA EULALIA GONZÁLEZ BARRERA
010556906-5**

**ELIZABETH VIVIANA RAMÓN SINCHI
010403374-1**

**DIRECTORA: MAGÍSTER. RUTH CECILIA MOLINA LOYOLA
030102236-4**

**CUENCA - ECUADOR
2017**



RESUMEN

El presente trabajo de titulación recoge el proceso de investigación e implementación del periódico virtual “El Bañense”. Para determinar la factibilidad de este medio de comunicación se realizó un estudio mediante una encuesta dirigida a 376 pobladores de la zona. De acuerdo, a la investigación realizada se constató que el 94.68% de la población de la parroquia tiene acceso a internet y un 98.94% está de acuerdo con la implementación de este periódico, entre otros aspectos.

Esté proyecto de Titulación tiene un contenido de cuatro capítulos; el primero detalla la historia, organización política, costumbres y tradiciones de Baños. El segundo capítulo, desarrolla algunos elementos conceptuales sobre la comunicación alternativa, popular, comunitaria, el periodismo digital. El tercer capítulo describe la investigación desarrollada a partir de encuestas sobre elementos relevantes para la implementación del periódico virtual. En el cuarto capítulo presenta el periódico virtual, su concepción, la temática y el diseño gráfico propuesto.

Palabras clave:

Periódico, parroquia, turismo, redes sociales, encuesta, participación focal, medio de comunicación.



ABSTRACT

The present titling work includes the process of research and implementation of the virtual newspaper "El Bañense". In order to determine the feasibility of this means of communication, a study was carried out through a survey directed at 376 residents of the area. According to the research, 94.68% of the parish population has access to the internet and 98.94% agree with the implementation of this newspaper, among other aspects.

This project has a content of four chapters; first one details the history, political organization, customs and traditions of Baños community. The second chapter develops some conceptual elements on alternative communication, popular, community, digital journalism. The third chapter describes the research developed from surveys on elements relevant to the implementation of the virtual newspaper. In the fourth chapter presents the virtual newspaper, its conception, thematic and the graphic design proposed.

Keywords

Newspaper, parish, tourism, social networks, survey, focal participation, media.



Contenido

PORTADA	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
INDICE	4
CLAUSULAS.....	7
DEDICATORIA	11
AGRADECIMIENTO.....	12
INTRODUCCION	14
CAPÍTULO I.....	17
ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL PARROQUIA BAÑOS	17
1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA	17
1.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES	20
1.2.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA	20
1.2.2. DELIMITACION PARROQUIAL	21
1.2.3. LAS EDIFICACIONES	22
1.2.4. PAISAJE	22
1.2.5. ATRACTIVOS	23
1.2.6 FIESTAS Y TRADICIONES CULTURALES	24
1.2.7 GASTRONOMÍA	26
1.2.8 ARTESANÍAS	26
1.2.9 BANDAS DE PUEBLO	26
1.2.10 TURISMO	26
1.3 ESTRUCTURA FÍSICA Y ORGANIZACIONAL DE LA PARROQUIA.....	28
1.3.1 VEGETACIÓN	28
1.3.2 AGUA	29
1.3.3 SUELO	29
1.4. ZONAS DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y SUS PRODUCTOS	30
1.4.1 EMPLEO	31
1.4.2 PARTICIPACIÓN SOCIAL	32
1.4.3 EDUCACIÓN	32
1.4.5 TRANSPORTE	33



1.5 SIMBOLOS DE LA PARROQUIA	34
1.5.1 HIMNO DE BAÑOS	34
1.5.2 LA BANDERA	35
1.5.3 EL ESCUDO	35
1.6 GESTION DEL GAD PARROQUIAL DE BAÑOS	36
1.6.1 VISION	36
1.6.2 MISION	37
1.7 NECESIDADES	37
1.8 MEDIOS IMPRESOS QUE CIRCULAN EN LA PARROQUIA	39
CAPÍTULO II	40
FUNDAMENTOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN Y EL PERIODISMO	40
2. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	40
2.1. LA COMUNICACIÓN.....	40
2.1.1. DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN.....	40
2.1.2. COMUNICACIÓN ALTERNATIVA.....	40
2.1.3. COMUNICACIÓN POPULAR.....	43
2.1.4. COMUNICACIÓN COMUNITARIA.....	44
2.1.5. CONCLUSIÓN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, POPULAR Y COMUNITARIA.	47
2.2. PERIODISMO COMUNITARIO.....	47
2.2.1. EL PERIODISMO COMUNITARIO.....	46
2.2.2. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.....	48
2.3. PERIODISMO CIUDADANO.....	49
2.4. PERIODISMO DIGITAL Y PERIODISMO TRADICIONAL.....	51
2.5. PERIÓDICO COMUNITARIO VIRTUAL.....	52
2.7. DIFERENCIA ENTRE PERIÓDICO DIGITAL Y TRADICIONAL.....	52
2.6.1. DIGITAL.....	53
2.6.2. TRADICIONAL.....	54
2.7. LAS VENTAJAS DEL PERIÓDICO VIRTUAL.....	55
Otras ventajas de un periódico virtual son las siguientes:	56



CAPÍTULO III.....	57
3. INTERVENCIÓN EN LA COMUNIDAD.....	57
3.1. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	57
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	57
3.3. POBLACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	57
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	58
3.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	58
3.6. RESULTADOS DE LA ENCUESTA	59
3.6.1. TABLA DE CONTINGENCIA	78
CAPÍTULO IV	81
ELABORACIÓN DEL PERIÓDICO VIRTUAL	81
4. ENLACE “BIENVENIDOS”	82
4.1. ENLACE: “QUIENES SOMOS”	82
4.2. ENLACE: “DEPORTES”	83
4.2.1. DEPORTE NACIONAL.....	84
4.2.2. DEPORTE INTERNACIONAL.....	85
4.3. ENLACE: “NOTICIAS”	85
4.4. ENLACE “GALERIA”	86
4.5. HISTORIA DE BAÑOS	87
4.6. ENLACE: “GESTIÓN SOCIAL Y PARTICIPATIVA”	88
4.7. ENLACE: “INTERCULTURALIDAD”	89
4.8. “INTERCULTURALIDAD LEYENDAS”	91
4.9. “INTERCULTURALIDAD TRADICIONES”	91
4.10 ENLACE “CONTACTOS”	91
4.11. ENLACE “TURISMO EN BAÑOS”	92
5. SOSTENIBILIDAD Y ADMINISTRACIÓN.....	93
5.1. SOCIABILIZACIÓN EN LA PARROQUIA BAÑOS.....	95
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
6.1. CONCLUSIONES.....	98
6.2. RECOMENDACIONES.....	100
7. ANEXOS	104



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cláusula de Licencia y Autorización para Publicación en el Repositorio Institucional

MARÍA EULALIA GONZÁLEZ BARRERA en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **"Implementación de un Periódico Comunitario, en la Parroquia Baños, perteneciente al cantón Cuenca"**, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, octubre de 2017

MARÍA EULALIA GONZÁLEZ BARRERA

C.I: 010556906-5



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cláusula de Propiedad Intelectual

MARÍA EULALIA GONZÁLEZ BARRERA, autor/a del trabajo de titulación “Implementación de un Periódico Comunitario, en la Parroquia Baños, perteneciente al cantón Cuenca”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, octubre de 2017

MARÍA EULALIA GONZÁLEZ BARRERA

C.I: 010556906-5



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cláusula de Licencia y Autorización para Publicación en el Repositorio Institucional

ELIZABETH VIVIANA RAMÓN SINCHI, en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **"Implementación de un Periódico Comunitario, en la Parroquia Baños, perteneciente al cantón Cuenca"**, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, octubre de 2017

ELIZABETH VIVIANA RAMÓN SINCHI

C.I: 010403374-1



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cláusula de Propiedad Intelectual

ELIZABETH VIVIANA RAMÓN SINCHI, autor/a del trabajo de titulación "Implementación de un Periódico Comunitario, en la Parroquia Baños, perteneciente al cantón Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, octubre de 2017

ELIZABETH VIVIANA RAMÓN SINCHI

C.I: 010403374-1



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

A mis Queridos Padres:

Al terminar mi carrera universitaria, quiero exteriorizar un saludo filial y emocionado a mis Queridos Padres quienes han sido la base y la simiente, para llegar a culminar mi carrera a la que me he propuesto.

Gracias al apoyo moral, intelectual y material de ustedes Padres queridos, me he forjado para más tarde ser una mujer útil a la Patria y a la Sociedad.

He correspondido a vuestros sacrificios y esfuerzos para dejar sembrando semillas de saber, con el afán de cosechar frutos abundantes y sanos; así podéis levantar vuestras frentes en alto para observar el trabajo de toda su vida, de sus días, horas y minutos; cada instante de nuestras existencias.

Y después de haber cumplido la grande misión de ser PADRES.

María Eulalia González Barrera

Este proyecto de mi tesis va dedicado a mi Dios, que siempre ha estado presente en mi mente y mi corazón, a mis padres que me apoyaron de una manera incondicional con mucho ahínco y comprensión han sido mi pilar para cumplir mis metas propuestas.

A mis hijas Tabhata y Selene que han sido mi lucha por obtener este título por ellas va mi esfuerzo y así poder alcanzar mi sueño. A mis hermanas y mi familia gracias por el apoyo moral que me dieron para poder llegar a mi objetivo y así pude obtener mi meta.

Elizabeth Viviana Ramón Sinchi



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

Dejamos constancia de nuestro imperecedero agradecimiento a nuestros Profesores, y de una manera especial a la Master: Cecilia Molina, Tutora del presente Proyecto que con su sabiduría supo guiarnos acertadamente para la culminación de nuestra meta más deseada.

María Eulalia González Barrera

Primeramente, agradezco a Dios, por haberme dado la vida y por permitirme haber llegado a culminar mi sueño y mi formación como profesional.

A mis padres Rubén y Olga, por ser mis pilares más importantes en mi vida porque con cada uno de sus consejos que me dan he podido llegar a alcanzar esta meta propuesta, gracias por inculcarme valor y esfuerzo a las cosas que se hace sin importar nuestras diferencias y opiniones.

A mis hijas que siempre han estado ahí para ser mi razón de vivir y mi fuerza de fortaleza para luchar por lo que uno quiere, ellas son lo mejor de mi vida y a mis hijas Tabhata y Selene gracias por ser mi motivación en cada cosa que hago en la vida.

A mis hermanas Johana, Valeria, Angélica, Cinthya y mi cuñado Diego, que siempre han estado ahí brindándome su apoyo, y trayectorias que han pasado conmigo en el largo de la vida.

A mis abuelitos Manuel y Lubina que con sus consejos y apoyo he sabido coger cada palabra de aliento para llegar a luchar por ser profesional sabias palabras de mis abuelitos.



A Christian Sigüenza el padre de mi hija que de una u otra forma ha estado apoyándome moralmente con su afecto y cariño incondicional gracias amor por todo, y por estar en las buenas y en las malas conmigo brindándome tú apoyo.

A mis tías que han participado con sus palabras y consejos y por compartir buenos y malos momentos.

A mi amiga y compañera Eulalia González que ha llegado a formar parte de mi vida porque con ella hemos vivido momento de angustia y ajetreos en el transcurso de este proyecto gracias a ella también por su apoyo y comprensión que me ha brindado, y por no dejarme que me dé por vencida en momentos de tempestad, eres una gran persona amiga y que Dios te Bendiga siempre.

A mi amiga Valeria Coronel, que a pesar que no nos vemos seguido, me ayudo también mucho con su apoyo incondicional gracias amiga. Gracias a todos por lograr este gran sueño. Seguiré luchando por muchas metas más.

Elizabeth Viviana Ramón Sinchi



INTRODUCCION

El presente proyecto previo a la obtención de titulación tiene como fin exponer el proceso realizado para la implementación del periódico virtual “EL BAÑENSE”. Este medio de comunicación constituye una herramienta para dar a conocer la realidad de la parroquia Baños, como la problemática social, la cultura, el deporte, la gestión social, los elementos que configuran la historia e identidad. Además, tiene el propósito de establecer un vínculo con la población para que se expresen las opiniones y criterios de los distintos sectores.

El periódico virtual “El Bañense”, está considerado como una página virtual, con un diseño claro y funcional. Los lectores pueden acceder a la información a través de diferentes enlaces que contienen temas relevantes para la parroquia. Además es una página dinámica que utiliza muchos elementos gráficos y se actualiza permanentemente.

Para la elaboración del periódico virtual, se realizó una investigación en la parroquia con la aplicación de encuestas que permitieron conocer aspectos importantes como el acceso a internet y las expectativas de la población con relación a la implementación de un medio digital. Esta investigación mostró que es factible desarrollar el periódico, pues la población está interesada, tiene acceso a internet en sus domicilios y tienen conocimientos básicos de herramientas digitales.

En el Capítulo I, se exponen aspectos relevantes sobre la parroquia Baños, se explica la historia de Baños, se muestra a esta parroquia como una zona turística rica en cultivos, tradiciones y lugares reconocidos a nivel local nacional e internacional. Se analizan algunos aspectos como la gestión y problemática social.



En el Capítulo II se explica el sustento teórico sobre la comunicación alternativa, la comunicación popular y comunitaria, así también se consideran elementos conceptuales sobre la comunicación digital como líneas que orientan la ejecución de la propuesta que planteamos.

El Capítulo III muestra los resultados de la investigación por medio de datos estadísticos que nos permiten identificar la realidad y necesidades de la parroquia Baños, con relación a la implementación del periódico virtual. Esta investigación demostró que la población está de acuerdo con la propuesta de un medio digital, tiene acceso a internet y está interesada en participar en este medio.

En el Capítulo IV, se presenta el diseño del periódico virtual, que es el resultado del proyecto de titulación. Se muestra una descripción de los contenidos y características, destacando los diferentes enlaces como:

1. Bienvenidos
2. Quienes somos
3. Deportes
4. Noticias
5. Galería
6. Cultura
7. Gestión social y participativa
8. Turismo en Baños
9. Contáctanos

Adjunto a este documento se presenta un CD que contiene la propuesta de implementación del periódico virtual “El Bañense”.

El trabajo realizado dejó muchos aprendizajes entre los que se menciona la importancia de elaborar medios digitales dinámicos y que promuevan la participación de la población. Esta propuesta se plantea como una

UNIVERSIDAD DE CUENCA



iniciativa que se sostendrá a partir de la participación y gestión permanente de este medio.



CAPÍTULO I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DELA PARROQUIA BAÑOS

1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA

Baños, es una parroquia ubicada a 8 km al sur del cantón Cuenca, (ViajandoX Consultores, 2017) Desde sus orígenes ha sido considerada como un lugar de gran importancia por varias razones, su belleza natural, su potencialidad humana y económica, además de su clima, aguas termales y los campos del lugar que son ricos en agricultura y ganadería, convirtiéndose en una de las zonas más visitadas del cantón.

Baños, ha sido habitada desde antes de la fundación de la ciudad de Cuenca, llevada a cabo el 12 de abril de 1557. Se dice que el Inca Túpac Yupanqui conocía este lugar de las aguas termales, de acuerdo con los relatos históricos.

En el siglo XVII cuando se explotaban las minas de oro y plata, los conquistadores españoles descubren las aguas termales que eran utilizadas por los pobladores, estas vertientes eran más conocidas como "Los Hervideros de Baños". La Parroquia fue fundada en el año de 1693 con el nombre de Espíritu Santo de Baños. (GAD Parroquial Rural de Baños, 2017).

En el paisaje de Baños se destaca el volcán, que forma un marco natural hacia el lado oriental del pueblo.

Los recursos minerales y las aguas termales le dan una tradición a Baños, este regalo de la naturaleza ha sido aprovechado convenientemente con la construcción de piscinas de aguas calientes con propiedades curativas para los turistas que visitan la Parroquia.



Entre los lugares turísticos más visitados están:

- La Hostería Duran
- El Balneario De Agapantos
- Las Piscinas Rodas
- Piedra De Agua
- Piscinas De Riñón
- Hostería Caballo Campana

Para el confort del turista, en estos lugares se han adecuado piscinas, saunas, baños turcos y canchas deportivas, esto es ideal para pasar un fin de semana alejados del estrés de la ciudad.

Ilustración # 1. Paisaje de la Parroquia Baños



Fuente: Gad Parroquial

En Baños encontramos algunos lugares importantes ubicados en tres direcciones, en primera dirección se encuentran las hosterías y los restaurantes, en la segunda dirección se localiza la Iglesia Central que es en el centro comercial, en la tercera dirección se ubica la escalinata sobre la cual se eleva la imagen de la Virgen de Guadalupe.



Ilustración # 2. Virgen de Guadalupe



Fuente: Gad Parroquial

La Virgen de Guadalupe es considerada como un ícono de suma importancia para la parroquia, esta imagen fue moldeada por Diego de Robles, escultor y tallador español. La antigua iglesia de Baños fue construida en el siglo XX por el padre Alfonso Carrión Heredia. En 1947, este sacerdote, es nombrado como Párroco de Baños, donde despliega una gran labor de progreso y adelanto espiritual y material de Baños, es el promotor y ejecutor de obras trascendentes como, la Construcción de la Iglesia de la Parroquia. (GAD Parroquial Rural de Baños, 2017).

La parroquia Baños hoy en día se ha convertido en un centro con gran importancia comercial y turística para la ciudad de Cuenca. En los últimos años se ha transformado en un lugar en donde se han construido algunas urbanizaciones, además se han ubicado centros educativos, por lo tanto,

1.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Baños se encuentra ubicada en la región sierra del Ecuador, en la provincia del Azuay, al sur este del cantón cuenca de (PDOT 2017¹), aproximadamente a 8 kilómetros del centro histórico de la ciudad de Cuenca. (GAD Parroquial Rural de Baños, 2017).

¹PDTO. - Plan de Ordenamiento Territorial, representa el instrumento de planeación por excelencia.



Ilustración # 4. Ubicación Actualizada De La Parroquia Baños

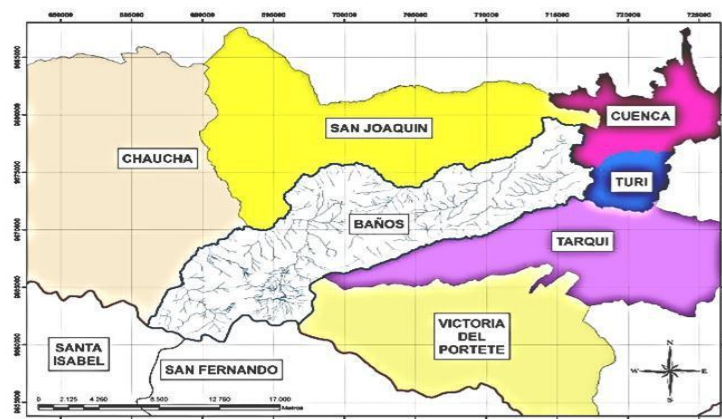


Fuente: (Google Maps, 2017)

1.2.2. DELIMITACION PARROQUIAL

La Parroquia Baños limita al norte con la Parroquia San Joaquín, al Sur con las Parroquias Tarqui, Victoria del Portete y los Cantones San Fernando y Santa Isabel; al este con Cuenca y Turi y al oeste con la Parroquia Chaucha.

Ilustración # 5. Delimitación Parroquial Baños



Fuente: Gad Parroquial



1.2.3. LAS EDIFICACIONES

Las edificaciones tienen las características de la región rural. En la que se incorporan elementos constructivos del lugar: paredes de piedra y adobe; columnas, vigas y pisos de madera; y las cubiertas de teja española resueltas en 1, 2 y 4 aguas.

Ilustración # 6. Iglesia Rustica Baños



Fuente: Gad Parroquial

1.2.4. PAISAJE

La parroquia está en medio de colinas que le dan un marco natural atractivo. La vegetación exuberante cercana le proporciona escenarios naturales interesantes para el deleite del espíritu y el desarrollo de las actividades físicas. Al fondo, en el sentido oriental, se divisa la parte alta de la ciudad.



Ilustración # 7. Paisaje De Baños



Fuente: Gad Parroquial

1.2.5. ATRACTIVOS

El Volcán, enmarca al entorno por el lado oriental; accidente natural desde el que salen las aguas calientes que alimentan las piscinas de aguas termales.

Ilustración # 8. Hervideros del Volcán



Fuente: Gad Parroquia



Ilustración # 9. Relieve del Volcán



Fuente: Gad Parroquial

Además, también como atractivos turísticos, tenemos la Loma de los Hervideros, donde se encuentran ubicadas las vertientes termales que salen desde las montañas de la parroquia. Estos atractivos turísticos están a solo 10 minutos de la cabecera parroquial.

1.2.6 FIESTAS Y TRADICIONES CULTURALES

Las actividades culturales se llevan a cabo en Baños mes a mes, generando un ambiente de festejo y alegría, por su dinamismo cultural, el calendario festivo ofrece una gama de eventos los cuales, toda la población está muy gustosa de ver color, alegría y música como las tradicionales bandas de pueblo, pudiendo conocer la historia enmarcada de una rica cultura religiosa para los turistas y comunidad, en el cual expresan rasgos propios de sus ancestros.

A continuación, se detalla en cuadro festivo organizado de acuerdo al mes y sus actividades con la elección de la Reina y la cholita Báñense.



Tabla # 1: Calendario Festivo de Baños.

MES	DESCRIPCIÓN
Enero	Fiesta de Tres Reyes, según corresponda la fecha. Las Fiestas en honor a la Virgen de Guadalupe que parten desde la segunda semana.
Febrero	Desfiles de Carnaval. El Santo Jubileo
Marzo	Fiestas en honor al patrono San José.
Abril	Semana Santa según marque el calendario, uno de los eventos religiosos más importantes de la parroquia que año a año se enmarca en una semana de profundo recogimiento por parte de los devotos que a su vez participan de varias ceremonias de las cuales solo se puede ser parte en esta zona del Austro, culminando con un gran festejo el Domingo de Gloria con el tradicional Festival del Cuy.
Mayo	Celebraciones dedicadas a la Virgen Celebración de las Tres cruces, en varios barrios. Celebración de ceremonias por Corpus Christi
Junio	
Julio, Agosto Septiembre	Meses que se dedica a realizar eventos de caminatas, ciclismo, entre otras actividades de ocio.
Octubre	En este mes se pueden trasladarse a disfrutar de las festividades de Narancay, en memoria de la Virgen del Rosario.
Noviembre	Día de los difuntos. Fiesta del Señor de la Buena Esperanza de Huizhil.
Diciembre	Fiestas en Honor a la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre. Tradicionales pases del Niño Jesús.



1.2.7 GASTRONOMÍA

Baños tiene una gastronomía muy variada, una de sus comidas típicas son las denominadas empanadas de aire o viento, recubiertas con azúcar; siendo la tentación de las personas que la visitan. También es característico de este lugar el maíz, el mismo que puede ser consumido tierno, seco, con cáscara, pelado, cocinado, tostado, molido, frito, en fin, y con ese producto se elaboran, por ejemplo, bocaditos muy sabrosos, llamados timbulos, cuchichaquis, chumales, quimbolitos, buñuelos, tortillas, tamales, etc.

No se puede dejar de lado los platos típicos como el cuy asado, el chanco hornado, la fritada, carne asada, mote pillo, entre otros apetitosos platillos.

1.2.8 ARTESANÍAS

Baños fue durante mucho tiempo, reconocida por las hábiles manos de sus habitantes, pues por una época se convirtió en toda una industria de la costura. Allí se elaboraban camisas, pantalones, encauchados, zapatos, polleras, blusas y piezas bordadas a mano. Lastimosamente y en parte por la migración de sus habitantes y por la gran competencia existente en el mercado, Baños dejó de producir este tipo de artesanía; aunque aún sobrevive uno que otro negocio de este tipo.

1.2.9 BANDAS DE PUEBLO

Lo que aún se mantiene, es la presencia de varias bandas de pueblo, que con sus tonadas de San Juanitos, albazos, pasacalles y cumbias, alegran fiestas y contribuyen al deleite popular.

1.2.10 TURISMO

La parroquia Baños es una fuente de atracción turística por los balnearios, hoteles, restaurantes, y aguas termales, gracias a sus lugares turísticos



existe una fuente importante de ingresos para la parroquia, ya que se brinda un excelente servicio a turistas nacionales y extranjeros.

1. La iglesia como un buen atractivo turístico

Ilustración # 10. Iglesia



(GAD Parroquial Rural de Baños, 2017)

2. Escalinatas y piscinas:

Riñón -Duran-Agapantos -Merchán -Rodas -Aguas Termales (Piedra De Agua) Spa

Ilustración # 11. Piscinas



(GAD Parroquial Rural de Baños, 2017)



1.3 ESTRUCTURA FÍSICA Y ORGANIZACIONAL DE LA PARROQUIA.

1.3.1 VEGETACIÓN

En la parroquia Baños existe una hermosa flora y fauna. Las zonas altas poseen espacios de vegetación nativa, además cuenta con una variedad de especies como: la paja stipaicchu², líquenes, pichules, aliso, joyapas, laureles etc. Hay infinidad de especies vegetales que tienen propiedades curativas y que son usadas por la población para sanar algunas enfermedades. En la zona media y baja sobresalen cultivos.

Estas aguas termales tienen propiedades curativas, especialmente para la piel y dolores reumáticos.

Ilustración # 12. Flora y fauna medicinal



Fuente: Gad Parroquial

² Stipaicchu: paja del cerro que sobresale sobre las otras como musgos.



1.3.2 AGUA

En la parroquia Baños durante la presidencia del Dr. José María Velasco Ibarra en 1971, se consiguen los fondos necesarios para crear un Sistema de Agua Potable, se contó además con el apoyo de la Ilustre Municipalidad de Cuenca y del gobierno de Canadá.

En 1972 se inicia el proyecto de entubar el canal de riego, usando tuberías donadas por CARE³ y con la colaboración de los habitantes de la parroquia.

El servicio del agua se dedica principalmente a brindar mayor prestación a los pobladores de la parroquia de Baños, tanto para la agricultura como para su consumo humano, ya que proviene el agua de vertientes naturales, para esto ya se cuenta ahora en la actualidad con el manejo y el buen uso de agua filtrada y clorificada con aproximadamente unas 400 conexiones domiciliarias.

En la medicina natural se utiliza el vapor de las aguas de la roca volcánica para curar diferentes enfermedades como la artritis.(GAD Parroquial Rural de Baños, 2017).

1.3.3 SUELO

En la Parroquia de Baños se encuentra una variedad de suelos que han hecho de cada lugar único y productivo. Existen suelos aptos principalmente para la agricultura y para el pastoreo.

Para comprender de mejor manera la estructura de los suelos dela parroquia citamos a la Dra. Ana Luz Borrero, quién en su estudio señala:

³ CARE: es una organización Internacional, sin fines de lucro, que contribuye a la reducción de la pobreza. Está presente en Ecuador desde 1962. (CARE Ecuador , 2014)



los suelos predominantes en esta son los vertisoles⁴ en su subvariedad denominada ParalithicVerticUstropept y estos se encuentran en alturas que van de los 2000 a los 3000 metros.

TIPOS DE SUELOS

Los tipos de suelos que encontramos son los siguientes:

Suelos Cromustert: son suelos de origen residual, moderadamente profundos, derivados de arcillitas y lutitas⁵, calcáreas, reacción alcalina, mediana fertilidad.

Suelos Tropudalf (Eutropept): suelo derivado de roca o toba volcánica, generalmente fuertes pendientes. Su régimen de humedad es único, y de temperatura es (Temperatura de 18-22°C).

Suelos Dystropept+Tropudalf: son una mezcla de suelos entre rojos a amarillentos, con predominio de arcilla, con roca madre poco alterada, suelos derivados de roca o toba volcánica, generalmente fuertes pendientes, su régimen de humedad es único.

Suelos Troportent: suelos sobre roca dura, poco profundos, de texturas arenosas a arcillo – arenosas; en áreas húmedas el contenido de materia orgánica es al 3%; su régimen de humedad es único, los relieves sobre los que se encuentran son abruptos.

1.4. ZONAS DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y SUS PRODUCTOS

En estas zonas altas y bajas de la parroquia se cultivan habas, maíz papas, tomate, alfalfa, hortalizas en general.

⁴“Vertisol” es aquel suelo, generalmente negros, en donde hay un alto contenido de arcilla expansiva conocida como montmorillonita que forma profundas grietas en las estaciones secas, o en años.

⁵“Lutitas” En las lutitas negras el color se debe a existencia de materia orgánica.



Ilustración # 13. Producción Agrícola



Fuente: GAD Parroquial

1.4.1 EMPLEO

En la parroquia según censo realizado en el año 2010 existe una población de 16.851 habitantes, siendo 7.868 mujeres que corresponde a un porcentaje del 46.69% y 8.983 hombres representado por el 53.30%, siendo una diferencia mínima (INEC, 2017).

Según el Plan de desarrollo territorial de baños (GAD CUENCA, 2017) existen estadísticas como el 4,36% del total de la población de Baños ha migrado externamente y el 24,34% de la PEA trabaja fuera de la parroquia.

Tabla # 2. Datos del Inec

HOMBRES	8.983	53.30%
MUJERES	7.868	46.69%



1.4.2 PARTICIPACIÓN SOCIAL

De acuerdo al Plan de Desarrollo Territorial de Baños, existen algunos problemas que limitan la participación de la población, entre las dificultades encontradas se señalan las siguientes:

- Deficiente participación social comunitaria
- Toma de decisiones parcializada a los líderes comunitarios y autoridades.
- No existe interés de planificación y organización en algunos lugares de la parroquia.
- Poca respuesta y desinterés frente a la organización y participación social. Planificación y desarrollo del territorio parcializado con visiones externas alejadas de las realidades y el beneficio común.

Esta realidad muestra la necesidad de implementar programas orientados a fortalecer la participación social. Por lo tanto, debe existir el estímulo a actividades de la comunidad en el desarrollo y la toma decisiones en la parroquia.

1.4.3 EDUCACIÓN

Según los pobladores de la parroquia señalan que la primera escuela fue “Remigio Crespo Toral”, la cual funcionaba en una casa particular de propiedad de don Ricardo Durán, que estaba ubicada al frente de la actual casa de don Miguel Mocha en la subida al cementerio.

En la actualidad, Baños cuenta con varias instituciones educativas que sirven a la niñez de la parroquia desde hace decenas de años. A continuación, se detalla las siguientes:



- Escuela Joel Monroy
- Escuela Minas
- Escuela Enriqueta Cordero Dávila
- Escuela Alfonso Carrión
- Escuela Segundo Espinoza Calle
- Escuela Cornelio Crespo Toral

A continuación, se enlista los colegios de la zona:

- Unidad Educativa Borja
- Colegio Técnico Particular “Inan”
- Colegio Liceo Integral De Cuenca
- Colegio Y Escuela CEDFI

Como se puede notar, existen centros educativos públicos y particulares, estos últimos reciben a estudiantes de la ciudad de Cuenca, algunos han alcanzado un gran prestigio entre la clase media y alta.

1.4.5 TRANSPORTE

Existen medios de transporte urbano que brindan sus servicios a la comunidad de Baños desde muy temprano de la mañana, siendo las siguientes líneas de buses.

- La línea 100 Ricaurte - Baños
- La línea 12 Baños – Quinta Chica



Por otra parte, también cuentan con varias cooperativas de taxis que se trasladan a diferentes lugares de la comunidad y barrios.

1.5 SIMBOLOS DE LA PARROQUIA

Los símbolos de la parroquia son la bandera, el escudo y el himno, se caracteriza por la bondad de sus aguas termales.

Sus símbolos exaltan el valor, el trabajo, la entrega y el civismo de sus habitantes. La letra es por: David Muévecela y la música por: Luis Torres G.

1.5.1 HIMNO DE BAÑOS

Coro

Reina hermosa, la guadalupana,

Salve, salve oh pueblo de baños

Fe de un pueblo digno

Tierra hermosa de tanto turismo

de virtudes

Con tus hijos de fe y optimismo

Con indígenas y castos barones

Es orgullo de nuestro ecuador
(bis)

Que lucharon por
engrandecerte (bis).

Estrofas

Pueblo hermoso tus hijos
te cantan

Oh pedazo de suelo báñense

Cuna típica de gente cañarí

Cobijan tus aguas termales



1.5.2 LA BANDERA

Está compuesta por tres franjas el amarillo, azul y blanco.



(GAD Parroquial Rural de Baños, 2017)

1.5.3 EL ESCUDO



(GAD Parroquial Rural de Baños, 2017)

Tiene una forma de plancha, cuyo campo está dividido en tercios y predominan los colores azul, amarillo y verde. El azul simboliza el agua y el cielo que Dios ha creado para el pueblo de Baños.

El amarillo representa la riqueza del suelo y los tiempos de cosecha. Y el verde, simboliza la esperanza y la renovación de la vida, el verdor de la naturaleza y la aún abundante vegetación de este pedazo rincón cuencano.

En el tercio azul está la basílica de la Virgen de Guadalupe, que con su manto protege a la parroquia especialmente a las colinas, otra ora llenas de oro y donde emanan las especiales aguas termales, fuentes de riqueza y trabajo. En



el tercio amarillo constan una lira que representa el arte musical de sus hijos y un piñón que simboliza la pequeña industria.

En el tercio verde están un haz de mies y las herramientas de labranza, como símbolo de la identidad agrícola de sus hijos.

Como manto heráldico lo forman el sol, que representa a la parroquia en su conjunto, las estrellas en el número de sus originales caseríos y el ramo de laurel como símbolo de la gloria de sus hijos.

Finalmente, en la parte inferior está una cinta con la inscripción: Baños-Azuay, para diferenciar del homónimo de la provincia de Tungurahua” (GAD Parroquial Rural de Baños, 2017).

1.6 GESTION DEL GAD PARROQUIAL DE BAÑOS

El GAD Parroquial de Baños, ha generado una dinámica de participación, por lo que parte de su gestión ha sido destinada a la construcción del Plan de Desarrollo Territorial, el mismo establece los lineamientos para la intervención social, técnica y administrativa de la parroquia.

A continuación, se detalla la estructura filosófica de Baños:

1.6.1 VISION

La parroquia Baños es una zona turística rica en sus cultivos, turismo, y tradiciones, es uno de los lugares más reconocidos a nivel nacional y local y también ahora en la actualidad internacionalmente, posiblemente.

En el año existen programas mensuales que se van realizando en la parroquia sobre sus tradiciones que se da en la comunidad y da mayor realce a la población, haciéndoles conocer a cada uno de sus habitantes y turistas lo que tiene Baños, el objetivo es poder enriquecer las condiciones y la vida de la



población tanto en salud, educación, cultura, tradición e identidad, y seguridad etc.

Esto debe llevarse en conjunto para evitar la delincuencia y el alcoholismo y malos vicios en la zona rural, mediante programas y participación ciudadana para ir mejorando la calidad de vida de la población, familias en general. (GAD Parroquial Rural de Baños, 2017).

1.6.2 MISION

Sirve para poder dar a conocer a la ciudadanía un plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquial, para así poder saber las necesidades básicas que tiene la parroquia. Los actores sociales públicos y privados deben acudir con las políticas para un buen desarrollo cantonal, provincial y nacional y así aprovechar los potenciales para impulsar nuevas iniciativas que tiene la población, para mejorar la calidad de vida y una sociedad segura y solidaria. Que exista equidad de género y no a la diversidad étnica y cultural, por medio de la cual debemos controlar y supervisar las obras, bienes y servicios para un mejor vivir. (GAD Parroquial Rural de Baños, 2017).

En la parroquia baños se ha dado un gran incremento turístico local, nacional e internacional, gracias a la estrategia multimedios de producción y difusión de potencialidades naturales, culturales y sociales, ya que el turismo se ha convertido en un servicio turístico de mejoramiento integrado en el eje dinamizador de la actividad económica parroquial, para el bien de los proveedores de bienes y servicios.

1.7 NECESIDADES

De acuerdo al PDOT, en la parroquia Baños las necesidades sociales son las siguientes:



- Parques y canchas múltiples para distracción de niños y jóvenes.
- Espacios verdes
- Baños públicos para que los turistas se sientan a gusto, y en confianza.
- En pavimentación de las calles además no cuenta con una infraestructura estable y en buenas condiciones.

Las necesidades de la parroquia son las siguientes

- Justicia social igualdad de oportunidades y derechos humanos necesita un centro de salud
- Mantenimiento de las vías por falta de presupuesto
- Mejorar la infraestructura en los establecimientos educativos
- Generar el turismo
- Sanidad
- Que se habrá más carreteras (vialidad).
- Se necesita vigilancia policial en la zona.

Asumiendo el desarrollo social como el impulso de las capacidades humanas, la protección y potenciación de grupos tradicionalmente excluidos y la búsqueda de satisfacer las necesidades básicas, históricamente el área de desarrollo social ha tenido poco impulso en la parroquia. En base a esas consideraciones resulta necesario revisar las condiciones generales de pobreza y vulnerabilidad social de la parroquia y la situación específica de determinados grupos sociales tradicionalmente excluidos, con un enfoque de participación con equidad social, económica y cultural, ambiental y político



institucional con un enfoque de participación con equidad social incluyendo la de género. (GAD Parroquial Rural de Baños, 2017).

1.8 MEDIOS IMPRESOS QUE CIRCULAN EN LA PARROQUIA

Los medios impresos en la parroquia de Baños son escasos. En años anteriores solo ha circulado un medio que se llamaba "Visión Parroquial", ahora en la actualidad para poder informar a la comunidad se diría que lo hacen por medio de los megáfonos y el parlante.

Estos se encuentran ubicados en la Iglesia para dar a conocer alguna novedad en la parroquia, en este caso para informar a las personas acerca de alguna reunión o convocatorias se les informa por estos medios de comunicación. En algunas ocasiones se lo hace para darles a conocer de las festividades de la parroquia y tradiciones por medio de Trípticos, que están pronto acercarse a la Vísperas de la Fiesta de Baños.

En la zona también existen medio de comunicación escritos como son: EL DIARIO EL MERCURIO, EL TIEMPO, EL TEGRAFO Y EL COMERCIO para poder estar informados de lo que sucede al nuestro alrededor y el mundo entero.



CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN Y EL PERIODISMO

2. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

El presente capítulo tiene como objeto dar a conocer algunas definiciones, su importancia del desarrollo y la manera de cómo poner en práctica en la parroquia Baños, además contiene información referente a los conocimientos básicos sobre la comunicación y el periodismo digital.

2.1. LA COMUNICACIÓN

2.1.1. DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso donde se intercambia información entre individuos, con la finalidad de expresar y recibir significados, pensamientos, emociones y sentimientos a través de un sistema compartido entre signos y normas semánticas. Forman una intención de comunicar, codificación del mensaje, transmisión de la señal y recepción de la misma la decodificación del mensaje y finalmente, la interpretación por parte de un receptor. “La comunicación verbal y no verbal es una manifestación externa de diversos procesos cognitivos alimentados por las representaciones del entorno que ha ido construyendo cada individuo y cada grupo social.” (Escandell, 2014).

2.1.2. COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

En la década de los 80 nace una actitud de protesta ante opresión y predominio de los medios de la comunicación masiva. Los comunicadores de medios nacientes (Kaplun, 1998) buscan nuevas vías y métodos más adecuados para llegar a los sectores sociales y populares, y por lo tanto, determinan que es necesario salir de la ideología dominante.



Desde el uso de los mini medios y haciendo insistencia en satisfacer las necesidades locales de la comunicación. En este marco se genera la **comunicación alternativa** siendo un proceso de interacción que se da entre una agrupación de personas con la finalidad de rescatar su significado histórico, cotidiano y la realidad de la experiencia humana. (Freire, 1998).

Autores como Mar de Fontcuberta y Gómez Mompart señalan que la comunicación será más o menos alternativa si es contra hegemónica y tiene como propósito subvertir el orden político, económico, social, simbólico o ideológico (Fontcuberta y Gómez Mompart, 1983). En esta perspectiva, la comunicación alternativa será analizada a la luz de los objetivos que cumple, la funcionalidad que cumple, el contexto socio-histórico de su aplicación y las características tecnológicas. Definitivamente es una comunicación que se aleja de la comunicación dominante, en este sentido es una comunicación que cuestiona las formas tradicionales de los grandes medios de comunicación.

En el marco de la comunicación alternativa se constituye en una dimensión más amplia en donde confluyen nociones como comunicación grupal, comunicación popular, comunicación horizontal (Fontcuberta y Gómez Mompart, 1983). En este contexto, la comunicación alternativa se desarrolla como una propuesta de comunicación desde los sectores subalternos sean estos a nivel local, nacional o internacional y como una estrategia de rechazo a las estructuras de dominación.

Desde una mirada histórica autores como Reyes Matta consideran que la comunicación alternativa surge como una búsqueda y un replanteamiento de los proceso comunicativos luego de la Segunda Guerra Mundial y ubica cuatro elementos importantes que van configurando esta nueva preocupación: a) las luchas frente al colonialismo, b) las reacciones nacionales e internacionales contra el neocolonialismo, c) el movimiento por la calidad de vida y el desarrollo y d) las reacciones frente a los autoritarismos políticos y económicos.



Si bien existen varios elementos referidos a esta nueva propuesta de la comunicación alternativa, no existe una conceptualización única, ni terminada, por ello, algunos estudiosos prefieren hablar de elementos alternativos en la comunicación, pues “lo alternativo” depende de la coyuntura concreta de cada escenario comunicativo (Fontcuberta y Gómez Mompart, 1983).

En medio de las discusiones teóricas sobre la comunicación alternativa está intrínseca la preocupación sobre el derecho a expresarse, a informar, a comunicar, desde la perspectiva de los grupos sociales, desde sus preocupaciones, con sus medios y a partir de sus propias formas comunicativas, frente a la imposición de las grandes empresas mediáticas, así como a la manipulación y ofensiva ideológica de la comunicación dominante.

En América Latina existe una importante historia de propuestas de comunicación alternativa desde la radio popular, las escuelas radiofónicas, las propuestas de educomunicación. En muchas de estas experiencias la comunicación ha estado vinculada con el quehacer de los movimientos sociales. Con el impresionante desarrollo de las tecnologías en comunicación, es preciso integrar estos avances y principalmente, el uso del internet en los procesos de comunicación alternativa. En este nuevo contexto, los procesos de comunicación alternativa, surgidos al calor de los movimientos sociales como una propuesta contestataria se enfrentan al desafío de integrar las nuevas tecnologías a los planteamientos participativos de la comunicación, a las necesidades y contextos sociales, a la colaboración e interaprendizaje. (Centurión, 2007).



2.1.3. COMUNICACIÓN POPULAR

El modelo de comunicación popular está enfocada a la intervención de los distintos grupos barriales, comunitarios, o asambleas vecinales, (Comunicación Popular, 2017) rescatando las condiciones de producción y reproducción social del sentido, dando particular importancia a los procesos organizativos y de movilización. (León, 2008) La finalidad de la presencia de la comunicación popular es de rescatar y recuperar en primera instancia la cultura popular cristalizando la información. (Freire, 1969).

Por lo tanto, la comunicación popular busca generar empatía, es decir, que cada lector se ponga en el lugar de otro, tal intervención será afectiva y pretende generar la participación social restituyendo el papel protagónico a las personas y comunidades. Además, se expresa a través de los mensajes cualitativos debido a que crea nexos de conciencia, estimula la socialización, recrea, educa, y entretiene, su función principal es la de recuperar su historia y tradiciones, así mismo busca espacios para aportar en la cultura y engrandecer el nivel del lenguaje.

Este modelo ha surgido como una respuesta a las necesidades informativas con el fin de que la interrelación entre emisores y receptores sea más transparente y propenda hacia la retroalimentación y enriquecimiento de las propuestas de los grupos subalternos. La comunicación popular además plantea transmitir los valores humanos, sociales, democráticos, igualdad de género, identidad de derechos. (Freire, 1969).

La comunicación popular surgió desde un pensamiento crítico y desde la dinámica social en donde los movimientos sociales y organizaciones populares han cuestionado las lógicas de dominación. Según Diosnel Centurión, experto en comunicación y profesor de la Universidad Autónoma de Asunción, la comunicación popular está vinculada con la comunicación orientada al cambio



y transformación social como una dimensión de lo social-cultural, es un proceso de interacción y le da protagonismo a los nuevos sujetos sociales que se movilizan por sus derechos como ambientalistas, mujeres, personas con discapacidad, inmigrantes y además integra en su agenda los problemas de la realidad social concreta así como preocupaciones por los Derechos Humanos, participación, democracia (Centurión, 2007).

La comunicación popular propone que los sujetos sociales se convierten en interlocutores, en sujetos con historia, con identidad y desde esa posición proponen una comunicación, que al decir de Rosa María Alfaro, parta e integre esas realidades, entendiendo sus propios procesos para construir un tejido social y cultural orientado a las transformaciones sociales. (Alfaro, 2006).

Sin duda, la comunicación popular se ha vinculado con las luchas sociales y con los sectores populares, según el profesor Diosnel Centurión, desde el campo comunicativo popular se pone en evidencia la realidad, las carencias, las potencialidades, la cultura, sus imaginarios e historia redimensionando los campos en los que se construyen relaciones, redes, interacciones, diálogos desde los sectores populares. (Centurión, 2007).

2.1.4. COMUNICACIÓN COMUNITARIA

Existen varios estudios sobre la comunicación comunitaria y diferentes experiencias desarrolladas en América Latina que dan cuenta de su importante aporte para las comunidades urbanas y rurales. La comunicación comunitaria ha sido conceptualizada a partir de la práctica, entre autores que han teorizado estos procesos esta que señala lo siguiente.



“Es el conjunto de procesos comunicativos gestionados por diferentes organizaciones de la sociedad civil, es decir, los sectores sociales, comunidades y grupos, aglutinados por intereses políticos ideológicos, o en razón de la raza, la etnia, la clase, la edad, el género, la orientación sexual, las condiciones físicas y mentales, el origen, el territorio, asuntos lingüísticos, entre muchos otros factores.” (Rivero, 2013).

Además, la comunicación comunitaria es reconocida por sus valiosas opiniones, tradiciones y hábitos para un desarrollo cultural. Según diferentes estudios en este tema, la comunicación comunitaria aporta para el desarrollo social de las localidades y es un proceso de gran importancia en ámbitos como educativos y culturales.

En sentido general, fomenta mayor receptividad, para el cambio favorece el desarrollo de la capacidad del pueblo para fomentar juicios acerca de los efectos de las actividades para determinar los cambios tecnológicos necesarios. (Freire, 1969).

El origen de la comunicación comunitaria data en los años setenta y ochenta. A partir de esa fecha pueden hallarse intentos y propuestas que buscaban alimentar y hacer posible la acción comunicacional y periodística, desde la visión popular y ciudadana. La palabra “comunitario” se aplica para determinar e identificar los diferentes procesos de la comunicación, que se producen y evidencian por su labor que cumplen las organizaciones populares, y, por tanto, no forman parte del ámbito de los medios privados, ni de los medios públicos, reconociendo desde luego las interconexiones con estos dos. (Rivero, 2013).

La comunicación comunitaria permite que las comunidades, los sectores sociales, los grupos locales o los grupos de interés específicos se relacionen a sí mismos. Igualmente, constituye un escenario propicio para la exigibilidad del derecho a la comunicación y a la información, establecido en nuestro orden



constitucional como un derecho fundamental, estrechamente relacionado con la participación ciudadana.

2.1.5. CONCLUSIÓN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, POPULAR Y COMUNITARIA.

De acuerdo al análisis de los autores citados podemos señalar que la comunicación alternativa, popular y comunitaria son conceptos en los cuales está presente un cuestionamiento a la comunicación hegemónica de los grandes medios de comunicación.

Por lo que se puede concluir que la comunicación popular y alternativa, construyen procesos de interacción que se da dentro de un grupo de individuos, con la finalidad de recuperar su significado, memoria histórica, su vida diaria y su experiencia humana; estructurando estos factores como guías de su diario vivir, pudiendo elaborar, controlar, conducir, ejecutar y evaluar su propio proyecto; lo que dan lugar a diversos niveles, formas y técnicas de la comunicación popular, alternativa y participativa, (Merino, 1988).

La comunicación popular: “es aquella comunicación que, partiendo de la cultura y necesidades de los grupos, transforma las características de la comunicación dominante; donde los elementos de la comunicación (emisores y receptores) intercambian continuamente sus posiciones; aquella que está definida prioritariamente para la colaboración de todos los sujetos que en ella interceden, sobre todo aquellos a los que más directamente les concierne el proceso en el que están incluidos. (Merino, 1988) Por otra parte, la comunicación será alternativa cuando asuma el enredo de esos procesos, además de investigar el lenguaje decodificando para mejor comprensión y reconocimiento, los dispositivos de enunciación de lo popular, códigos y dispositivos en los que se manifiesta y expresan confundidos la memoria popular y la imaginación del pueblo. (Martín, 1980).



2.2. PERIODISMO COMUNITARIO

2.2.1. EL PERIODISMO COMUNITARIO

Es una herramienta quizás una estrategia para cerrar la brecha informativa existente en nuestras comunidades, donde lo más importantes es la resolución de problemáticas existentes por medio del conocimiento de toda la población y abriendo a su vez caminos de diálogo entre la población y las autoridades. Se ha desvirtuado un poco el verdadero propósito del periodismo comunitario, convirtiendo al mismo, en muchos de los casos en un escudo político y no como una ventana positiva para el conocimiento de problemas o virtudes que posee el “pueblo”. (Hernandez, 2004) Los medios comunitarios, tienen un contraste con los comerciales, ya que promueven mayor integración y participación de los ciudadanos que tienen intereses similares. Dado que los medios tradicionales dedican ciertas páginas a las noticias provinciales, no es suficiente para generar un acercamiento óptimo en cada vivencia vecinal. Una razón para que la comunidad no se sienta representada y busque otras maneras de comunicarse frente al mundo. Por esa razón aparecen los medios comunitarios para incorporar a los nuevos actores y protagonistas de sus noticias.

“La educación es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo”. (Freire, 1998), tomando como referencia a Freire podríamos decir que en un medio comunitario parte de generar una indagación sobre la problemática social del pueblo para aportar a la transformación de su realidad de sus condiciones de inequidad social. La relación que tiene un verdadero medio comunitario cuando se identifica con las propias vivencias y aspiraciones de su localidad y busca la transformación social.

El periodismo comunitario es familiar a los habitantes cuando sus realidades se comunican de manera local (desde su propia zona), contribuyendo en el sentido de pertenencia para mejorar su expectativa de vida. Sin embargo, un



medio comunitario ayuda en la participación del barrio o parroquia siempre y cuando su administración tenga como eje esencial este modelo de transformación, de recuperación de su realidad histórica y sus condiciones de vida. Esto es posible cuando se incentiva la participación de la comunidad y los actores locales son los protagonistas y pueden decidir sobre los procesos comunicativos.

2.2.2. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

En junio del año 2013, se aprobó la Ley de Comunicación, planteando un cambio firme y radical en cuanto a la lógica desde el momento que se produce y genera la comunicación en el Ecuador. Las posibilidades que se abren con artículos como el 106 indicando que el 34% del espectro radio eléctrico se concederá con distinción a los medios comunitarios es un punto central en el adelanto de una comunicación más ciudadana y democrática. (Reyes, 2015).

Ilustración # 14. Medios de comunicación con la nueva ley



Fuente: Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación

En este marco es importante reflexionar que la normativa legal considera a los medios comunitarios, es decir hay un reconocimiento de la importancia que tiene la comunicación comunitaria para el fortalecimiento de los procesos de desarrollo, la democratización de la sociedad y la visibilización



de la realidad, problemática, potencialidades, cultura de las comunidades urbanas y rurales. En esta perspectiva los medios comunitarios se orientan a responder a las expectativas sociales, generando protagonismo de los actores sociales comunitarios.

2.3. PERIODISMO CIUDADANO

En el contexto actual, se ha iniciado un debate importante sobre el periodismo ciudadano, al respecto queremos exponer algunas de las propuestas y enfoques. El término periodismo ciudadano o también llamado participativo define el acto de un ciudadano, o un grupo de ciudadanos, con un rol activo en el proceso de recogida, análisis y difusión de noticias e información; (Bowman & Willis, 2005) es decir, son los ciudadanos quienes se convierten en informadores. (Cibercorresponsales, 2017). Si bien, es posible que exista la participación de las personas en la construcción de la información, también provoca algunas preocupaciones y cuestionamientos relacionados fundamentalmente con el tratamiento de la información.

Profesionales de la información se centran sobre si este tipo de periodismo, llevado a la práctica de manera individual o colectiva, es un ejercicio periodístico y ha de ser considerado como tal. Y como establece José Luis Martínez Albertos, la información veraz o información técnicamente correcta-tiene lugar cuando el mensaje cumple, acumulativamente, estas tres condiciones: es una noticia debidamente deslindada, es una noticia rigurosamente verificada y es una noticia adecuadamente contextualizada. Desde esta perspectiva, se cataloga al periodismo como un ejercicio profesional con una gran responsabilidad social.

Existen muchos debates sobre si esta participación ciudadana puede considerarse periodismo, ya que no es profesional y corre el riesgo de caer en algunos problemas, por ejemplo una persona que capta con su celular un



accidente y publica una nota, no conoce los elementos señalados por Martínez Albertos, generalmente no contrastará la información.

Algunos estudios realizados en países como EEUU, muestran que estas iniciativas de periodismo ciudadano están escritos por personas voluntarias sin formación periodística y por tanto sus contenidos están llenos de errores.

Algunos de los periódicos estudiados en el *Informe Deloitte* sobre tendencias en los medios señala que estos medios del denominado periodismo ciudadano muchas veces ofertan textos llenos de errores y sin comprobar su calidad, ni la veracidad de lo contado (Martínez Solana, 2007). De acuerdo a lo propuesto por Yolanda Martínez Solana, profesora de la Universidad Complutense de Madrid, la tendencia a integrar a personas a sus procesos informativos, así la cadena BBC, ha desarrollado algunas innovaciones y ahora cuenta con un programa informativo que incluye reportajes enviados por el público, pero rigurosamente seleccionados.

Cada vez hay una mayor demanda de participación, pero se mantiene la necesidad de desarrollar procesos de selección al momento de generar información confiable. Hoy en día cada vez más personas participan en procesos comunicativos y se integran con sus opiniones. Lógicamente, en un mundo de continuo avance y desarrollo tecnológico que ha ocasionado la globalización, esto permite que personas de diferente nivel, educación y estrato social puedan comunicarse y ejercer su derecho a la libre opinión, por medio de las redes sociales e internet, llegando la información a diferentes partes y en menos tiempo (Martínez Solana, 2007).

En este contexto el periodismo enfrenta desafíos importantes como la responsabilidad profesional y ciudadana que implica una búsqueda permanente de propuestas que enriquezcan la tarea periodística como es la posibilidad de establecer mayor participación de la población en la generación de la información y en la democratización de la comunicación.



2.4. PERIODISMO DIGITAL Y PERIODISMO TRADICIONAL

El Periodismo Digital es un fenómeno emancipado de las características anteriores del periodismo tradicional que son la continuidad, integralidad, transtemporalidad e interactividad. A estas añade otras dos que son nuevas y específicas del Periodismo Digital, como son la Versatilidad y la Multiplicidad. Estaría así ante seis elementos que sirven para asentar unas primeras bases para la investigación en el campo del Periodismo Digital. (Caminos, Marin, & Armentia, 2006).

El verdadero periodismo digital sería el periodismo en red, ya que éste "rompe con la comunicación lineal y unidireccional" e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional". (Gil, 1999). Para algunos estudiosos el periodismo tradicional resulta estar mejor y más sustentado pues históricamente se ha basado en procesos de investigación más rigurosos y en el conocimiento en ciertas disciplinas, lo que le confiere precisamente la credibilidad que busca el receptor. (Iglesias, 2014).

Al periodismo tradicional se lo conoce como periodismo de papel que se diferencia del nuevo periodismo principalmente por dos características: el soporte y la urgencia.

Soporte

El medio condiciona la forma en la que se transmite el mensaje. Por ejemplo, mientras que en el periodismo tradicional únicamente se puede ocupar un espacio limitado, en web este límite no existe.

Otra diferencia fundamental derivada del soporte es que el periodismo web permite enriquecer el contenido continuadamente y con formatos informativos que no se pueden incluir en el papel (gráficos, vídeos, audios, encuestas),



corregirlo cuantas veces sea necesario y, en casos extremos, incluso eliminarlo. Lo que se hace en papel, queda para siempre.

La Urgencia

La urgencia en el periodismo web es mucho más alto que la exigida en el papel. En internet el periodista apenas tiene tiempo para editar el contenido recibido de agencias o para escribir la noticia.

En un periódico tradicional, el redactor tiene todo el día para escribir una y otra vez la noticia, ya que no será publicada hasta el día siguiente, esto nos permite redactar bien la información recibida para poder informar un buen contenido por medio de las fuentes. Actualmente esto no debería ser así ya que en el periodismo virtual se debería basar de una investigación que tenga conocimientos y credibilidad para el lector.

En cambio, en la web muchas veces encontramos paginas informativas que se limitan a copiar y pegar teletipos o, en el mejor de los casos a editarlos y eso no es hacer periodismo, tanto en el medio tradicional como en el digital la responsabilidad del periodista es la misma.

2.5. PERIÓDICO COMUNITARIO VIRTUAL

Hoy en día, el espacio comunicativo se ha expandido al mundo virtual, gracias al uso creciente de la Internet, donde grandes comunidades han establecido formas de comunicación distintas a las que plantea el modelo tradicional.

Una comunicación se considera como una comunicación comunitaria que recoge herramientas tecnológicas para cumplir un objetivo de participación activa de sus miembros y que, a través de la inmensidad de información disponible, permite que las personas obtengan datos y planteen discusiones acordes a sus intereses. (Benítez, 2009).



Benítez plantea unos puntos claves de debate sobre los medios comunitarios en América Latina, en su resumen Medios de comunicación comunitarios y retos para los comunicadores en el siglo XXI, los cuales pueden servir para determinar los objetivos al aplicar un esquema de comunicación horizontal en los espacios virtuales, según este autor propone los siguientes desafíos:

- Los medios de comunicación tradicionales (radio, televisión, periódico) ofrecen una importante información, y los usuarios son quienes la acogen, rechazan o buscan otras alternativas.
- Si alguna persona desea compartir información en Internet, tiene total libertad para hacerlo, usando los recursos que desee y sin necesidad de intermediarios.
- Internet permite difundir todo tipo de información a grandes audiencias a nivel mundial. Hay que considerar que la comunidad se extendió y lo factible para generar retroactividad es compartir información de interés general.
- La comunicación en Internet no requiere gastos de creación ni mantenimiento; basta con conectarse a la red y subir o bajar información, este espacio ha sido libre de censura y los usuarios han podido comunicarse libremente.

2.6. DIFERENCIA ENTRE PERIÓDICO DIGITAL Y TRADICIONAL

2.6.1. DIGITAL

Como sabemos, hoy en día es muy raro ver una empresa de información que no se haya digitalizado. Algunas empresas y medios se arriesgan únicamente por salir al mercado de manera digital (de modo que, aunque no cobren por soporte físico, lo hacen por publicidad, entre otras cosas), así, dicen que “ahorran en papel”. Un ejemplo de ello es el diario *“El Comercio”*, que salió en



papel y ahora también se publica en la red, entre otros aspectos porque la empresa se sometió a las exigencias de la sociedad.

2.6.2. TRADICIONAL

Están impresos en papel y se venden en los kioscos o en la calle. Aunque siguen teniendo tirada es evidente que cada vez se venden menos, ya que la alternativa digital (todas las empresas de información tienen su versión virtual) gusta también mucho a los lectores.

Este tipo de periódicos se pueden **acceder desde cualquier lugar**, no hace falta ningún dispositivo específico para leerlos. Este es un **aspecto generacional** que va variando con el tiempo.

Según reflejan las encuestas, aquellos que disfrutan del periódico tradicional son personas a las que les gusta leer más los editoriales, columnas de opinión y temas en profundidad, es decir, aquellas personas que se fijan más en los aspectos de contenido y análisis. (Costa, 2013).

También podemos decir que, aunque el lector puede participar, está muy limitado. Un ejemplo de cómo este puede comunicarse con el diario es a través de las “cartas al director”.

Pero, es muy importante comentar que uno de sus inconvenientes es el relativo al **contenido multimedia**, ya que solo se pueden ver imágenes a pie de foto de las noticias, nada más. Y, desde luego, que hay que pagar por ellos, algo que con la actual **crisis económica** hace que muchos lectores se desplacen a la versión digital.

Por otra parte, los diarios **digitales** son los que podemos ver a través de Internet.

En lo digital no tenemos que pagar ni un céntimo para disfrutar de los contenidos y estar al día de lo que pasa en el mundo. Estamos hablando pues



de la **economía** de los lectores. Pero, si bien no hay que gastarse dinero directamente en este medio, tenemos que tener acceso a una conexión de Internet (ya sea desde casa o desde el móvil).

Una noticia podemos leerla o verla en video. Además, estos periódicos tienen una sección de **biblioteca** en la que podemos encontrar cualquier noticia que hayan publicado, únicamente especificando el día.

Según las encuestas, los usuarios que prefieren consumir diarios online lo hacen por la actualidad de este, por la hemeroteca y por la información adicional que en estas webs se puede encontrar. (Costa, 2013).

Además, los **lectores pueden participar** activamente y continuamente en la web ya que su fácil acceso les permitirá enviar comentarios y opiniones, ya sea a una noticia general como al propio director (mandando una carta por e-mail).

Como podemos observar, los lectores elegirán un diario impreso o digital en función de sus gustos y preferencias además de otros factores como la edad, siendo la era generacional muy importante en este caso. Aun así, como se ha comentado anteriormente, algunos críticos creen que al tradicional le quedan los días contados, pues los periódicos digitales ofrecen muchas ventajas.

2.7. LAS VENTAJAS DEL PERIÓDICO VIRTUAL

Este trabajo tiene como propósito asignar elementos para la acción a partir de la información registrada en aquellos centros y medios de noticias online que permitan la participación social en procesos informativos y que van a promover su difusión en las redes sociales y la página web. Para cumplir con este propósito se identifican aquellas noticias que las personas de la comunidad comparten en los medios sociales a través de las redes de forma masiva, además se analizan los comentarios que estas expresan. Ya que intervendrán criterios de índole político, social y económico y personales a escala local.



Hoy en día, el periódico virtual es un medio de comunicación más eficiente, que el impreso, aunque no conocido por toda la sociedad, además es un medio, eficiente, rápido, y económico de transmitir información a toda la sociedad en general; pues en la actualidad la mayoría de las personas tienen acceso a internet.

Otras ventajas de un periódico virtual son las siguientes:

- Permite llegar a más lectores sin intermediarios.
- Genera motivación al público, en especial a lo escolar, para informarse lo que pasa en el ámbito social y realizar sus tareas investigativas.
- Accede a enriquecer el contenido del periódico, con artículos y documentales en línea, como imágenes, animaciones, enlaces y videos entre otros para bien dela sociedad.
- Recibir comentarios y notas de los lectores, directamente.
- El periódico Virtual, es un medio de comunicación que desde hace años crece y se reproduce llegando a mas lectores, en el mundo.



CAPÍTULO III

3. INTERVENCIÓN EN LA COMUNIDAD

Una vez analizados los antecedentes de la parroquia Baños y los conceptos básicos fundamentales y necesarios para la implementación del periódico virtual. Se procederá en el presente capítulo a desarrollar la investigación y el análisis de los datos obtenidos en las encuestas a los pobladores de Baños.

3.1. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El presente proyecto se trata de una investigación descriptiva ya que el objetivo es analizar el nivel de aceptación en la población de la parroquia Baños sobre el periódico virtual.

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se trata de una investigación de campo que consiste en recolectar los datos directamente a los moradores sin ninguna manipulación de los hechos. Se realizó un sondeo de opinión donde se consulta directamente a las personas que viven en la parroquia acerca de la implementación del periódico virtual.

3.3. POBLACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

Según el censo realizado en el 2010, en la parroquia Baños, existe una población de 16.851 habitantes, siendo 7.868 mujeres y 8.983 hombres (INEC, 2017).

El tipo de muestra tiene un enfoque cuantitativo y probabilístico de muestreo al azar simple en la cual todos los pobladores tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados.

Por lo que a continuación, se detalla la formula muestral, tomado de: (Scheaffer, Mendenhall, & Lyman, 2006).



$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - p)N}{e^2 N - 1 + Z^2 \times P(1 - p)}$$

Z= Nivel de confianza dado en desviación estándar 95%

P= Probabilidad de una categoría de la variable

N= Población bajo estudio 16851

e= Error de estimación 5%

Por lo tanto, la muestra a ser analizada para el presente estudio será de 376 personas de la parroquia Baños.

$$n = \frac{(1.96)^2 0.50(0.50) 16851}{(0.05)^2 (16851 - 1) + (1.96)^2 0.50(0.50)}$$

$$n = 375.62$$

$$n = 376$$

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La forma de obtener la información de las personas que viven en la parroquia será a través de encuestas (Anexo N.º 1) en formato de cuestionario y además de la observación directa.

Además, los instrumentos utilizados para evidenciar el proceso de la investigación, son fotografías (Anexo N.º 2) y cuestionario en preguntas cerradas, (anexos N.º 1.)

3.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Una vez levantada la información de los habitantes de la parroquia se procedió con la clasificación, registro, tabulación y codificación para proceder con el análisis estadístico descriptivo de la información mediante el software SPSS versión 23.



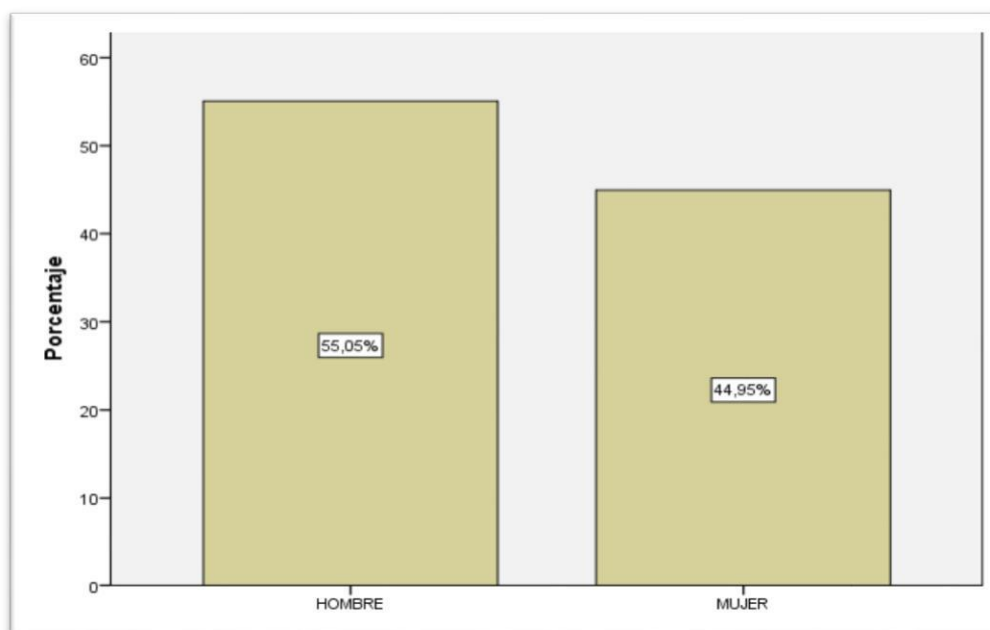
3.6. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Los resultados obtenidos de la encuesta, aplicada a una muestra de 376 personas, son los siguientes:

Pregunta N.º 1: POBLACIÓN ENCUESTADA POR SEXO

Tabla # 1. TOTAL, DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA POR SEXO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	HOMBRE	207	55,1	55,1	55,1
	MUJER	169	44,9	44,9	100,0
	Total	376	100,0	100,0	

Tabla #1.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.



Interpretación:

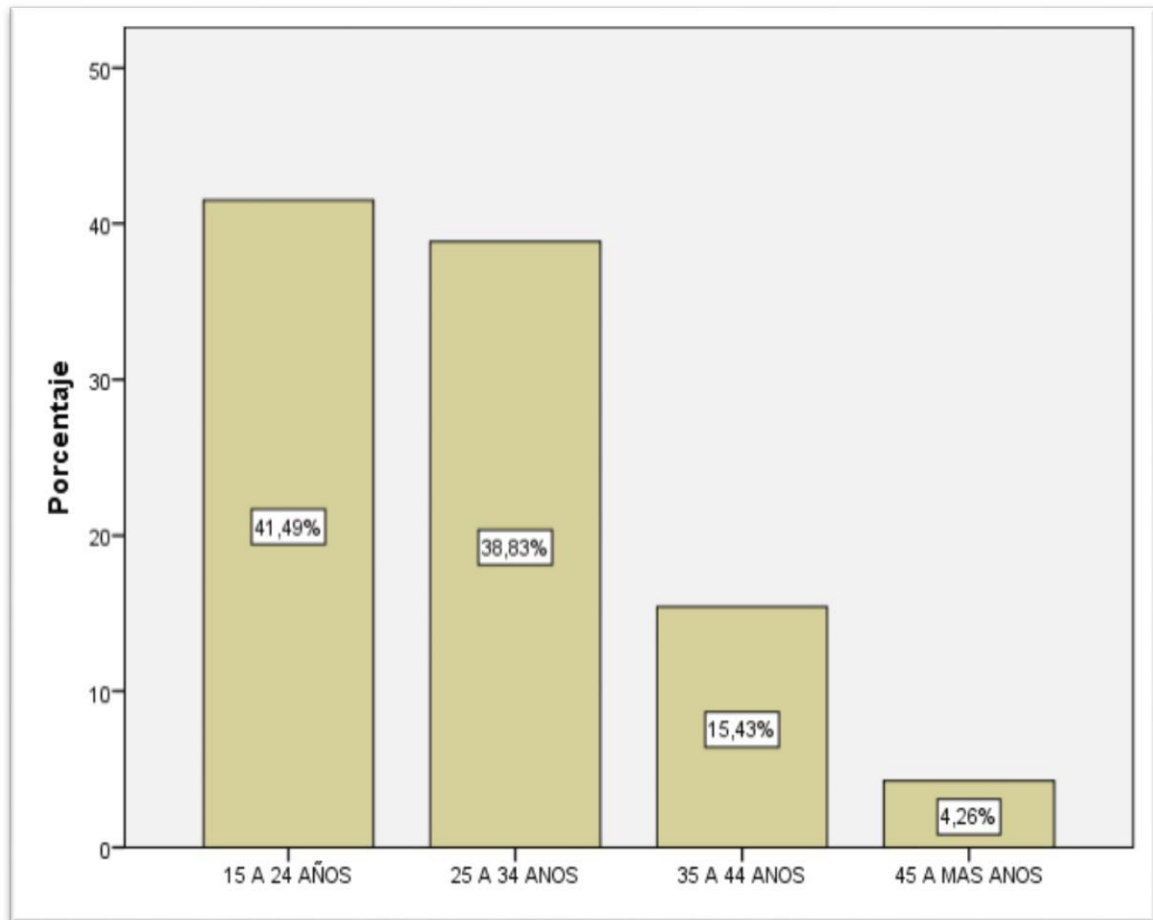
Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas son de sexo masculino con un resultado del 55.05% y la diferencia corresponde al femenino con un 44.95%.

Pregunta N. ° 2: POBLACIÓN ENCUESTADA POR EDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES

TABLA # 2. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR EDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15 A 24 AÑOS	156	41,5	41,5	41,5
	25 A 34 ANOS	146	38,8	38,8	80,3
	35 A 44 ANOS	58	15,4	15,4	95,7
	45 A MAS ANOS	16	4,3	4,3	100,0
	Total	376	100,0	100,0	



Tabla #2.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.

Interpretación:

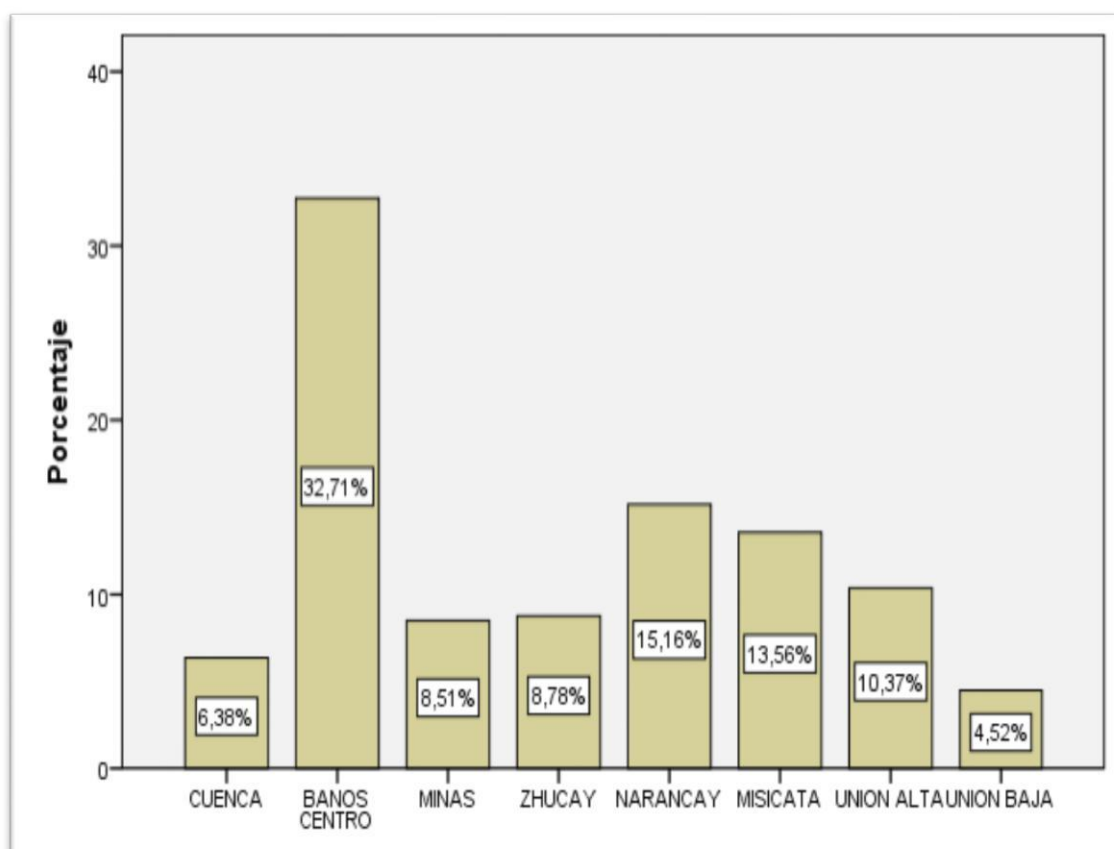
La mayoría de las personas encuestadas se encuentran en el rango de edad de 15 a 24 años con un 41.49%, seguido de un 38.83% en el rango de edad de 25 a 34 años, seguido de 36 a 44 años con un porcentaje 15.43%, el ultimo rango de edad de 45 a más años es de 4.26%.



Pregunta N.º 3: LUGAR EN DONDE VIVE LA POBLACIÓN ENCUESTADA

TABLA # 3. LUGAR EN DONDE VIVE LA MUESTRA ENCUESTADA					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	CUENCA	24	6,4	6,4	6,4
	BANOS CENTRO	123	32,7	32,7	39,1
	MINAS	32	8,5	8,5	47,6
	ZHUCAY	33	8,8	8,8	56,4
	NARANCA Y	57	15,2	15,2	71,5
	MISICATA	51	13,6	13,6	85,1
	UNION ALTA	39	10,4	10,4	95,5
	UNION BAJA	17	4,5	4,5	100,0
	Total	376	100,0	100,0	

Tabla #3.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.



Interpretación.

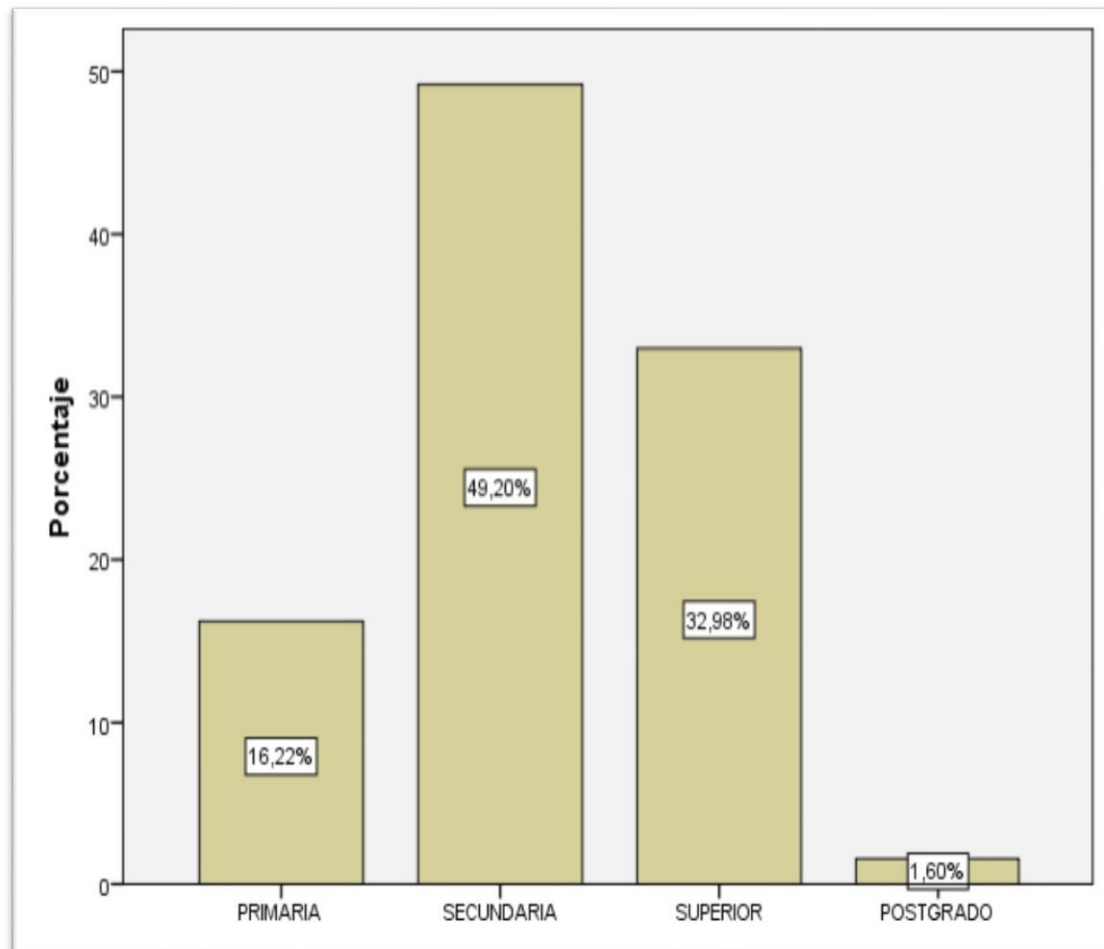
La mayoría de las personas encuestadas es decir el 32.71% de los habitantes de la parroquia Baños vive en el centro, el 15.16% de habitantes viven en la comunidad de Narancay, el 13.56% viven en Misicata, el 10.37% se encuentra en La Unión Alta, el 8.78% en Zhucay, el 8.51% en Minas, el 6.38% en la Ciudad de Cuenca, y el 4.52% restante están en ubicados en Unión Baja.

Pregunta N. ° 4: POBLACIÓN ENCUESTADA POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN

TABLA # 4. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR NIVEL INSTRUCCIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PRIMARIA	61	16,2	16,2	16,2
	SECUNDARIA	185	49,2	49,2	65,4
	SUPERIOR	124	33,0	33,0	98,4
	POSTGRADO	6	1,6	1,6	100,0
	Total	376	100,0	100,0	



Tabla #4.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González

Interpretación:

El nivel de instrucción de los habitantes de Baños es del 49.20% correspondiente a secundaria, seguido por el 32.98% de nivel superior, el 16.22% corresponde a primaria, y el 1.60% restante corresponde a postgrados. Podemos concluir que el nivel educativo de la población permite plantear una propuesta de medio digital, pues se conocen las tecnologías de la información, que se brindan como contenido de aprendizaje tanto en educación secundaria como superior.

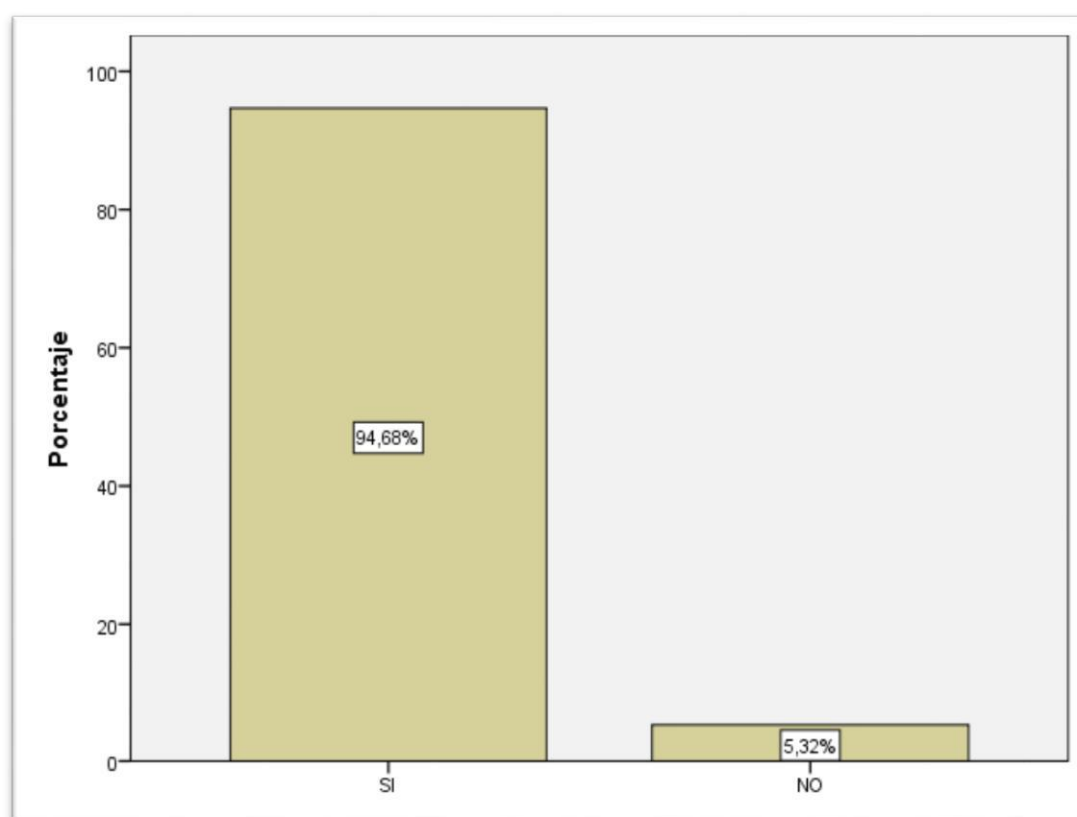


Pregunta N. ° 5: TOTAL DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR NIVEL DE ACCESO A INTERNET

TABLA # 5. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA QUE TIENE ACCESO A INTERNET

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	356	94,7	94,7	94,7
	NO	20	5,3	5,3	100,0
	Total	376	100,0	100,0	

Tabla #5.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.

Interpretación:

Según la encuesta el 94.68% de la población de la parroquia tiene acceso a internet quedando una minoría del 5.32% que no tiene acceso a la misma. Por lo tanto, se puede concluir que se tiene un mercado potencial ya que la

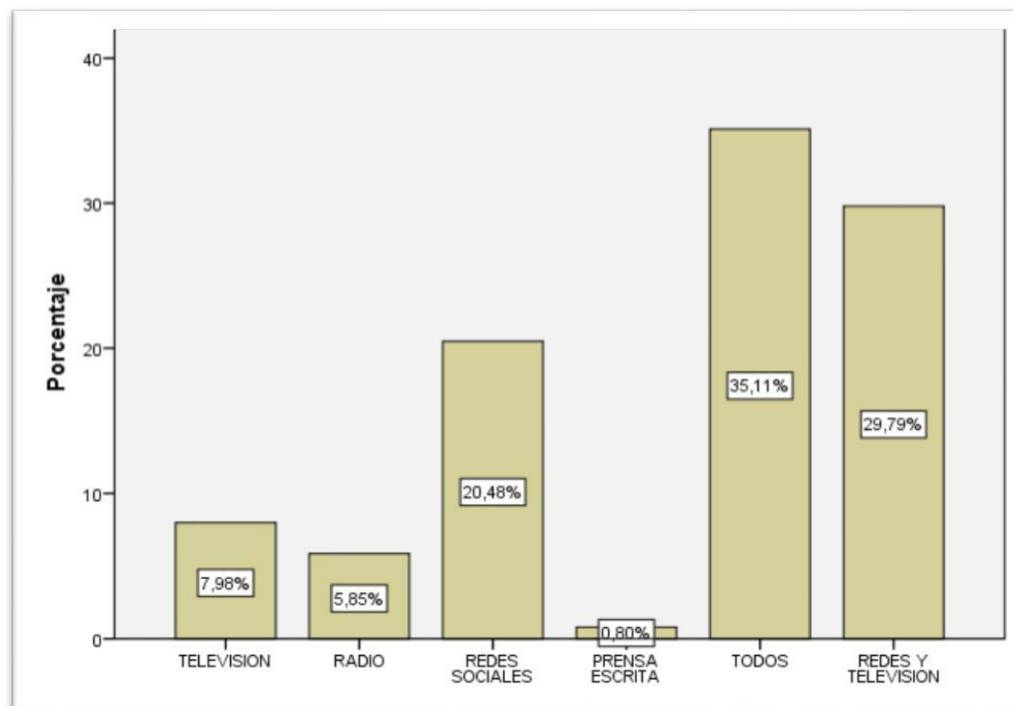


mayoría de las personas tienen acceso a internet, esta realidad muestra la pertinencia de la implementación del periódico virtual.

Pregunta N.º 6: MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE LA POBLACIÓN UTILIZA

TABLA # 6. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA sobre qué tipos de MEDIOS COMUNICACIÓN utiliza					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TELEVISION	30	8,0	8,0	8,0
	RADIO	22	5,9	5,9	13,8
	REDES SOCIALES	77	20,5	20,5	34,3
	PRENSA ESCRITA	3	,8	,8	35,1
	TODOS	132	35,1	35,1	70,2
	REDES Y TELEVISION	112	29,8	29,8	100,0
	Total	376	100,0	100,0	

Tabla #6.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.



Interpretación:

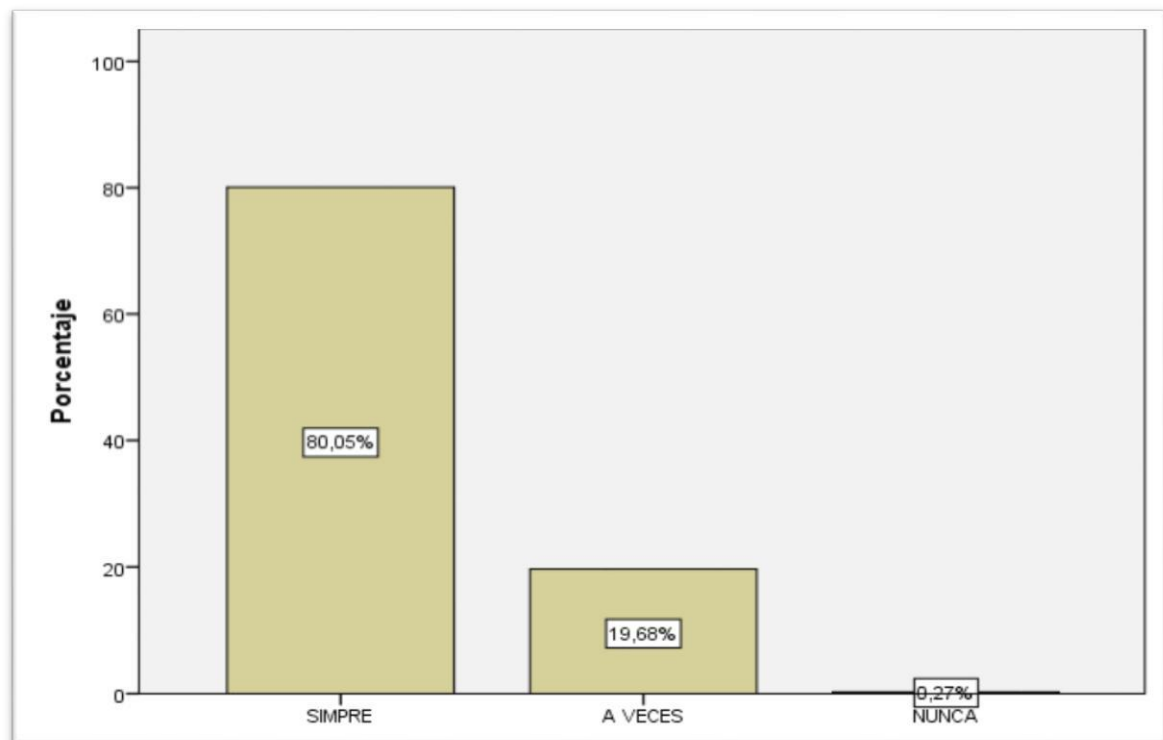
La mayoría de las personas indican que utilizan todos los medios de comunicación con porcentaje del 35.11%, sin embargo, un dato interesante que se puede rescatar es que el 0.80% de los habitantes es decir la minoría de las personas entrevistadas utilizan la prensa escrita y haciendo un análisis existe un nivel porcentual elevado de las personas que utilizan las redes y televisión como medio de comunicación con un 29.79% Además, el 20.48% de las personas utilizan las redes sociales para su comunicación diaria.

Pregunta N. ° 7: NIVEL DE FRECUENCIA DE UTILIZACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TABLA # 7. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR FRECUENCIA UTILIZACION MEDIOS					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SIMPRE	301	80,1	80,1	80,1
	A VECES	74	19,7	19,7	99,7
	NUNCA	1	,3	,3	100,0
	Total	376	100,0	100,0	



Tabla #7.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.

Interpretación:

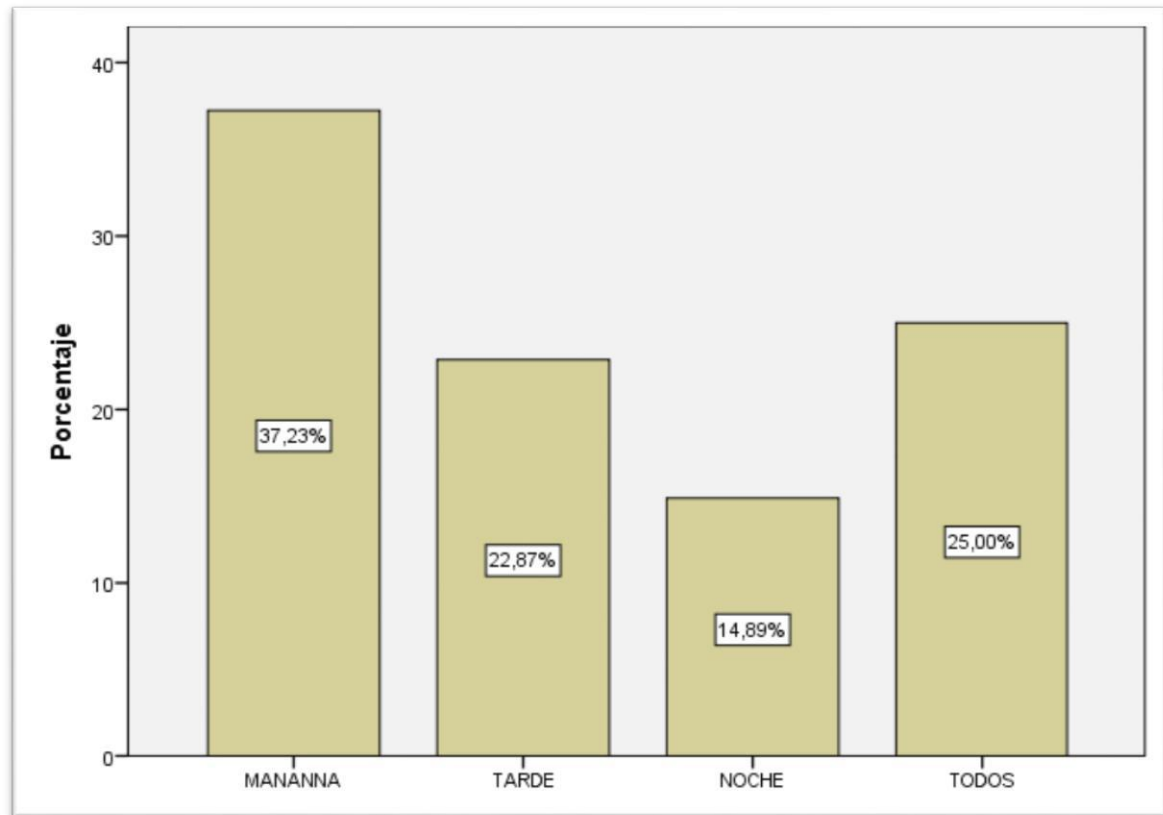
La frecuencia que los pobladores utilizan los medios de comunicación para su información es del 80.05% correspondiente a la variable siempre, por otra parte, el 19.68% utiliza a veces, y el 0.27% nunca utilizan los medios.

Pregunta N. ° 8: HORARIOS DE UTILIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TABLA # 8. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR HORARIOS UTILIZACION DE MEDIOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MANANNA	140	37,2	37,2	37,2
	TARDE	86	22,9	22,9	60,1
	NOCHE	56	14,9	14,9	75,0
	TODOS	94	25,0	25,0	100,0
	Total	376	100,0	100,0	



Tabla #8.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.

Interpretación:

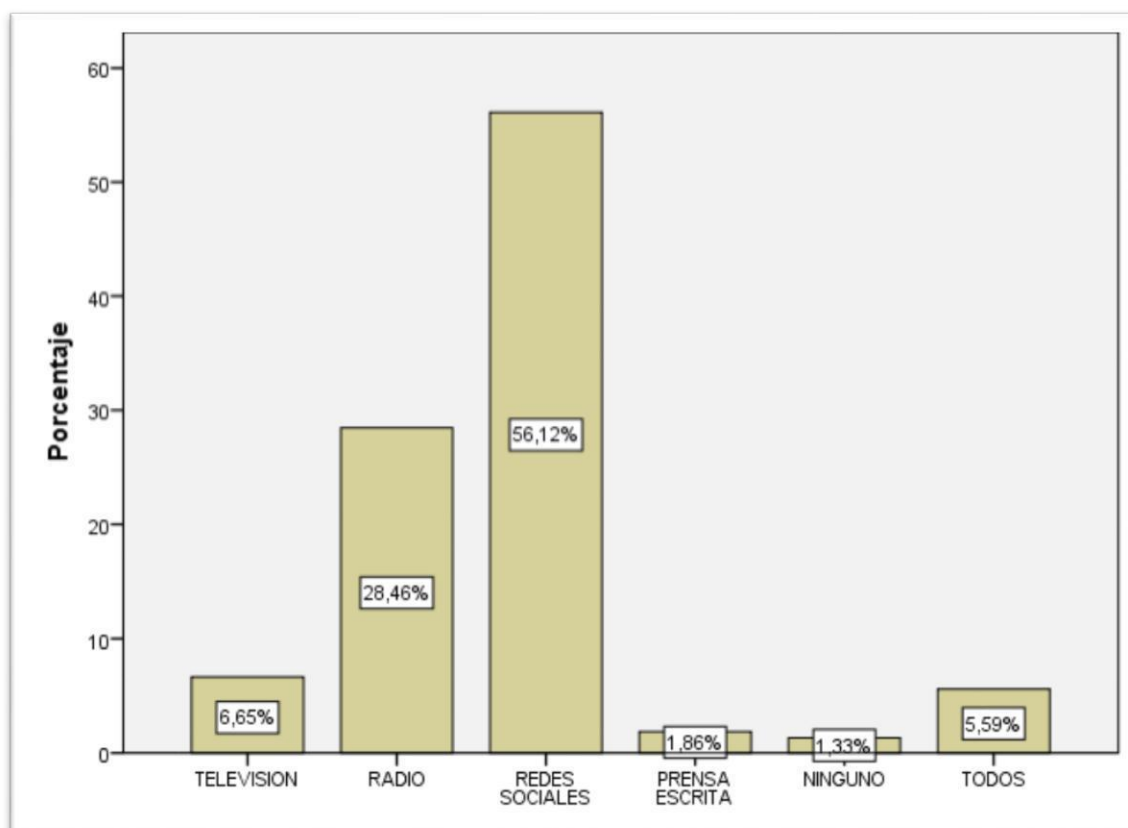
Los horarios habituales que utilizan los medios de comunicación de los habitantes de la parroquia es en la mañana con un 37.23% correspondiente este a la mayoría de las personas, por otra parte, el 25.00% indica que utilizan todos horarios, el 22.87% utilizan los medios en la tarde, y con el 14.89% utilizan en la noche.



Pregunta N. ° 9: TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE INFORMA LA PARROQUIA

TABLA # 9. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR QUÉ MEDIOS QUE SE INFORMA PARROQUIA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TELEVISION	25	6,6	6,6	6,6
	RADIO	107	28,5	28,5	35,1
	REDES SOCIALES	211	56,1	56,1	91,2
	PRENSA ESCRITA	7	1,9	1,9	93,1
	NINGUNO	5	1,3	1,3	94,4
	TODOS	21	5,6	5,6	100,0
	Total	376	100,0	100,0	

Tabla #9.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.



Interpretación:

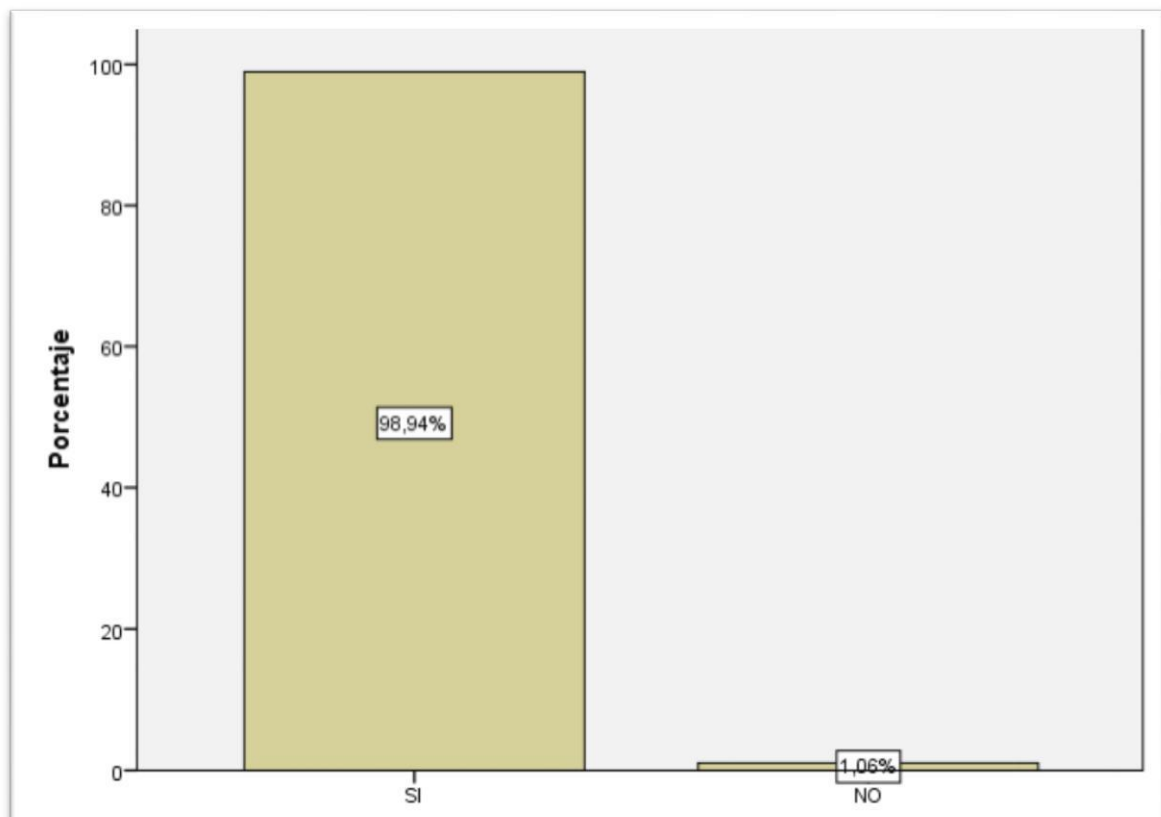
Los medios de comunicación mediante el cual se informa sobre acontecimientos de la parroquia, principalmente son las redes sociales con un porcentaje del 56.12%, seguido por la radio del 28.46%, podemos notar que la prensa escrita prácticamente es utilizada por la minoría con un 1.86%.

Pregunta N. ° 10: ACEPTACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PERIODICO VIRTUAL

TABLA # 10. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA SI ESTÁ DE ACUERDO CON LA IMPLEMENTACION DEL PERIODICO VIRTUAL EN LA PARROQUIA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	372	98,9	98,9	98,9
	NO	4	1,1	1,1	100,0
	Total	376	100,0	100,0	

Tabla #10.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.



Interpretación:

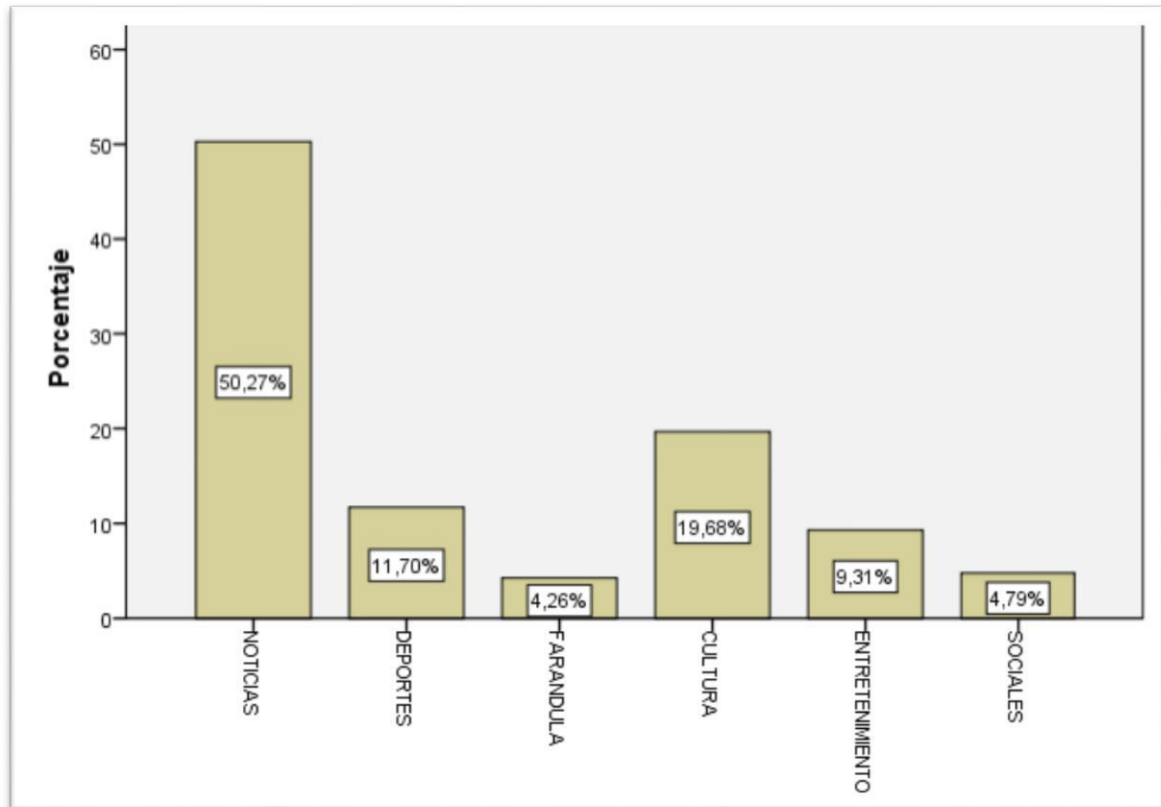
Siendo esta la pregunta clave para el desarrollo del periódico virtual se obtiene que la mayoría de las personas encuestadas indicaron que están de acuerdo con la implementación de periódico virtual en la parroquia Baños con un porcentaje del 98.94%, esta pregunta medular para el desarrollo de la propuesta de periódico virtual.

Pregunta N. ° 11: POBLACIÓN ENCUESTADA SOBRE EL CONTENIDO DEL PERIODICO VIRTUAL

TABLA # 11. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR EL CONTENIDO PERIODICO VIRTUAL					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	NOTICIAS	189	50,3	50,3	50,3
	DEPORTES	44	11,7	11,7	62,0
	FARANDULA	16	4,3	4,3	66,2
	CULTURA	74	19,7	19,7	85,9
	ENTRETENIMIENTO	35	9,3	9,3	95,2
	SOCIALES	18	4,8	4,8	100,0
	Total	376	100,0	100,0	



Tabla #11.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.

Interpretación:

Los participantes de la encuesta indican con un 50.27% que el periódico virtual debería contener en su mayor parte noticias para la información general y con un 19.68% información de cultura, el 11.70% los pobladores quieren deportes, seguido de un 9.31% entretenimiento, 4.79% sociales, y el 4.46% farándula.

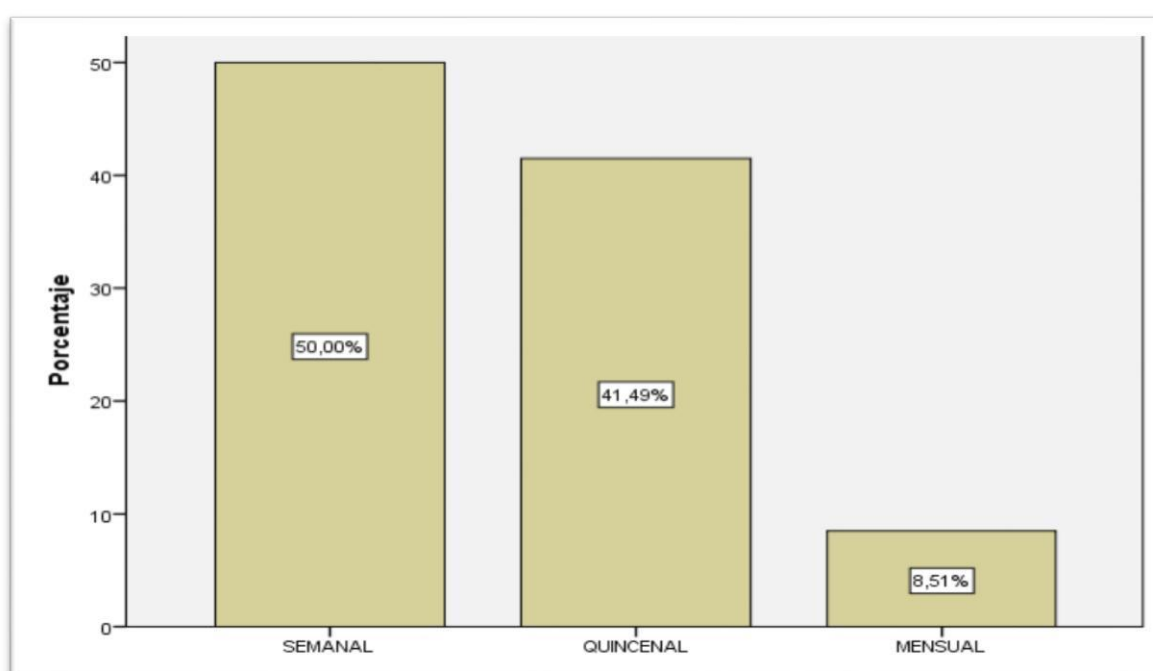


Pregunta N. ° 12: FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN DEL PERIÓDICO

TABLA # 12. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR TIEMPO DE PUBLICACION PERIODICO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SEMANAL	188	50,0	50,0	50,0
	QUINCENAL	156	41,5	41,5	91,5
	MENSUAL	32	8,5	8,5	100,0
	Total	376	100,0	100,0	

Tabla #12.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.

Interpretación:

La mayoría de los moradores de la parroquia está de acuerdo que la publicación del periódico sea semanalmente con un 50%, y el 41,49% quincenal, el 8.51% mensual.

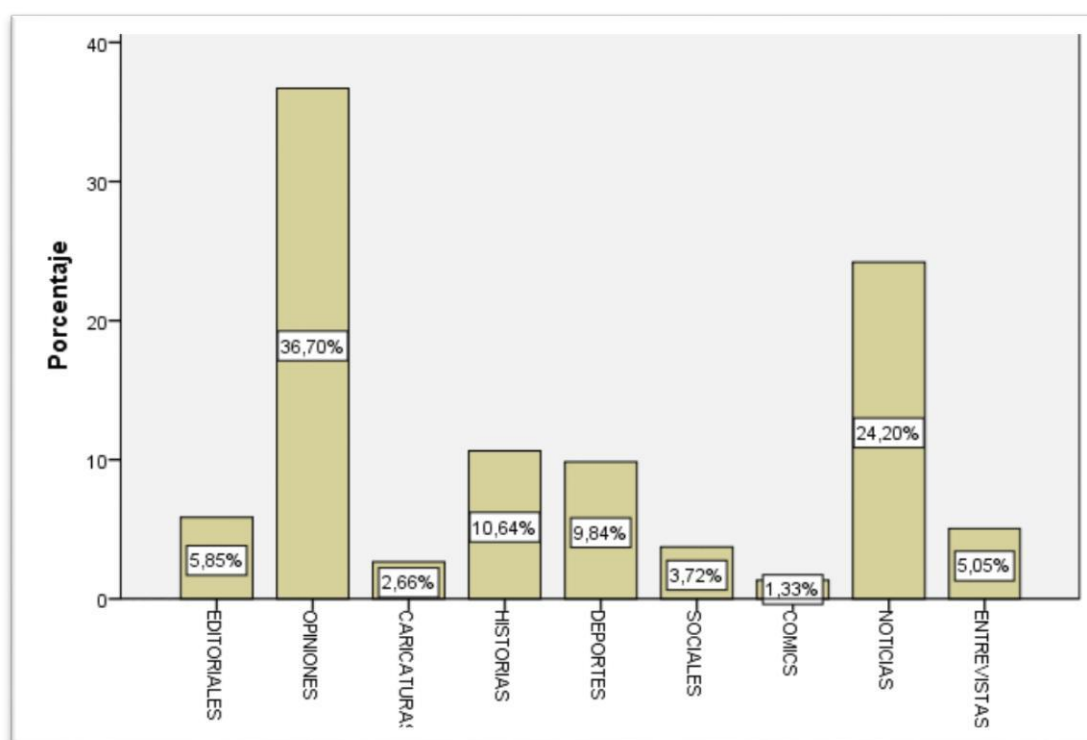


Pregunta N. ° 13: OPINIONES SOBRE LAS PREFERENCIAS PARA LA INTERACCIÓN CON EL PERIÓDICO VIRTUAL

TABLA # 13. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR INTERACCION PERIODICO VIRTUAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EDITORIALES	22	5,9	5,9	5,9
	OPINIONES	138	36,7	36,7	42,6
	CARICATURAS	10	2,7	2,7	45,2
	HISTORIAS	40	10,6	10,6	55,9
	DEPORTES	37	9,8	9,8	65,7
	SOCIALES	14	3,7	3,7	69,4
	COMICS	5	1,3	1,3	70,7
	NOTICIAS	91	24,2	24,2	94,9
	ENTREVISTAS	19	5,1	5,1	100,0
	Total	376	100,0	100,0	

Tabla #13.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.



Interpretación:

La mayoría de las personas de la parroquia con un 36.70% indicaron que les gustaría interactuar en el periódico virtual en el espacio de opiniones seguido con un 24.20% en el espacio de noticias, el 10.64% les guastaría interactuar en historias, 9.84% en deportes, 5.85% en editoriales, 5.05% entrevistas, 3.72% sociales, 2.66% en caricaturas, el 1.33% en comics.

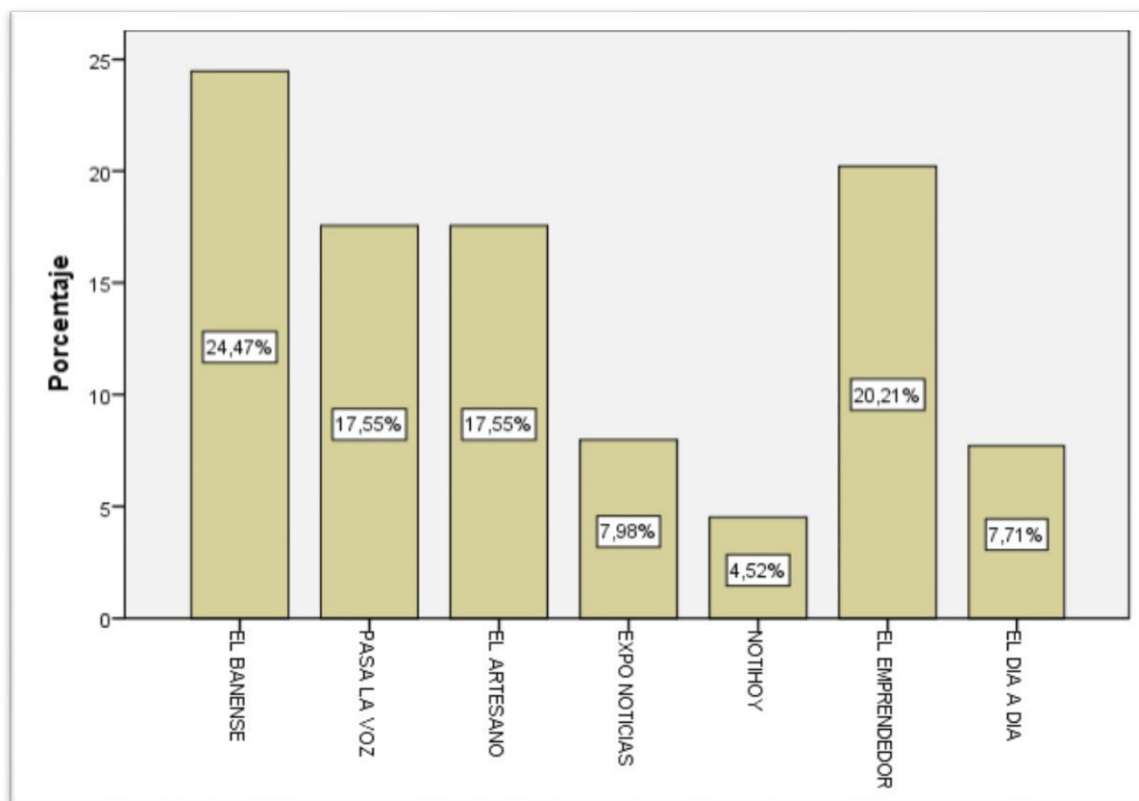
Estos resultados evidencian el interés de la población para participar en una publicación digital.

Pregunta N. ° 14: PREFERENCIAS SOBRE EL NOMBRE QUE DEBERÍA LLEVAR EL PERIÓDICO DE LA PARROQUIA

TABLA # 14. TOTAL, DE POBLACIÓN ENCUESTADA POR EL NOMBRE DEL PERIODICO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EL BANENSE	92	24,5	24,5	24,5
	PASA LA VOZ	66	17,6	17,6	42,0
	EL ARTESANO	66	17,6	17,6	59,6
	EXPO NOTICIAS	30	8,0	8,0	67,6
	NOTIHOY	17	4,5	4,5	72,1
	EL EMPRENDEDOR	76	20,2	20,2	92,3
	EL DIA A DIA	29	7,7	7,7	100,0
	Total	376	100,0	100,0	



Tabla #14.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.

Interpretación:

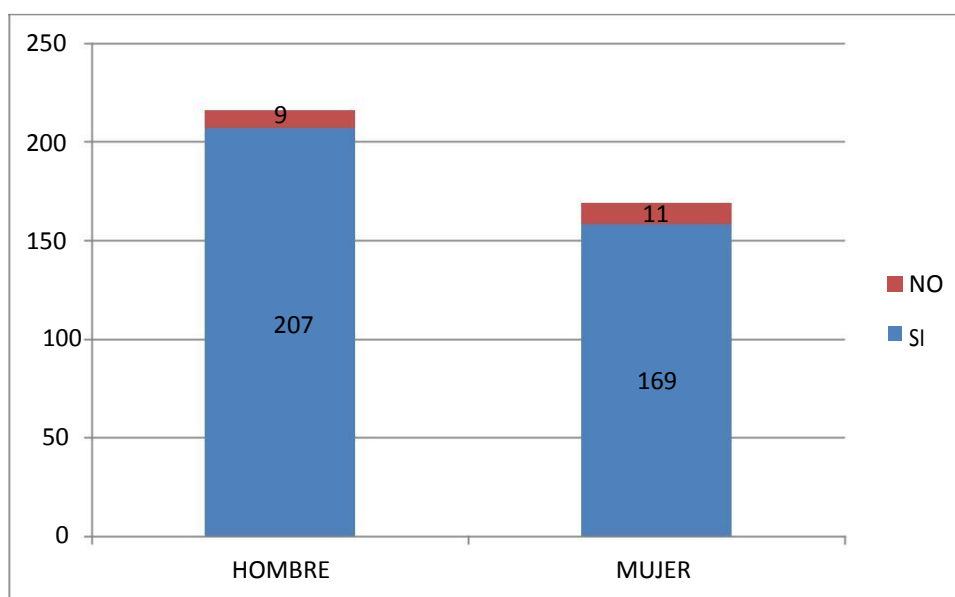
Según la mayoría de los pobladores que participaron en la encuesta de la parroquia “Baños”, el 24.47% se inclina por el nombre del periódico “EL BAÑENSE”, por otra parte, el 20.21% de las personas que participaron en la investigación mencionaron que les agrada el nombre “EL EMPRENDEDOR”, el 17.55% “PASA LA VOZ”, “EL ARTESANO” tienen el mismo porcentaje, el 7.98% se inclina con “EXPONOTICIAS”, el 7.71% le gusta el “EL DÍA A DÍA”, y con el 4.52% “NOTIHOY”.

De los resultados expuestos es posible concluir que el nombre del periódico será “EL BAÑENSE”.



3.6.1. TABLA DE CONTINGENCIA

A continuación, se realiza una tabla de contingencia sobre la variable de implementación del Periódico Virtual en comparación con el sexo y el acceso a Internet.



Elaborado por: Viviana Ramón y Eulalia González.

Interpretación:

Esta última gráfica es crucial para el desarrollo del proyecto porque en ella se hace la comparación de los resultados de un estudio del mercado potencial a cuál debe dirigirse el periódico virtual, por lo tanto el número de encuestas de hombres equivale a 207, el número de mujeres a 169 que da un total de 376 encuestas realizadas, dando un porcentaje del 99.72% de personas que tienen acceso a internet, ya que la mayoría está de acuerdo con la implementación del periódico virtual.



Conclusión

Como muestra de 376 encuestas realizadas a la comunidad con estos datos, se puede concluir que el 98.94% de la población encuestada está de acuerdo con la implementación del periódico virtual. Siendo esta una muestra significativa, podemos inferir que el periódico virtual tendrá gran acogida.

Según la encuesta el 94.68% de la población de la parroquia tiene acceso a internet, ya que utilizan ahora en la actualidad los medios digitales para poder obtener información.

Comparado con la variable del nivel de instrucción es el 49.20% correspondiente a secundaria y el 32,98% tiene instrucción superior. Esta realidad muestra que la población en la parroquia Baños tiene acceso a conocimientos sobre el uso de tecnologías de la información, situación que permite la implementación de un periódico digital, pues un gran porcentaje de la población tiene los conocimientos básicos para acceder a herramientas digitales.

El rango de edad entre 15 a 24 años que representa un 41.49%, está de acuerdo que se publique el periódico virtual.

Por otra parte, las personas que están de acuerdo con la implementación del periódico virtual, el 50.27% les gustaría que vaya más contenido de noticias. El 19.68% de cultura y el 11.70% de información de deportes.

Además de los resultados obtenidos la mayoría de los pobladores que participaron en la encuesta de la parroquia “Baños”, el 24.47% se inclina por el nombre del periódico “EL BAÑENSE”.

El 50% de las personas que están de acuerdo con la implementación de periódico virtual, desean que sea la publicación semanal y el 41.49% menciona que desea quincenal.



Por otra parte, el 36.70% de las personas les gustaría interactuar en el periódico virtual en la sección de opiniones y el 24.20% en la sección de noticias, así también cabe mencionar que el 37.23% de las personas utilizan los medios de comunicación por el horario de la mañana.

Estos datos son de vital importancia para la implementación del periódico con efectividad ya que se dirige a un mercado estudiado con anterioridad. El estudio muestra que la propuesta tendrá acogida.

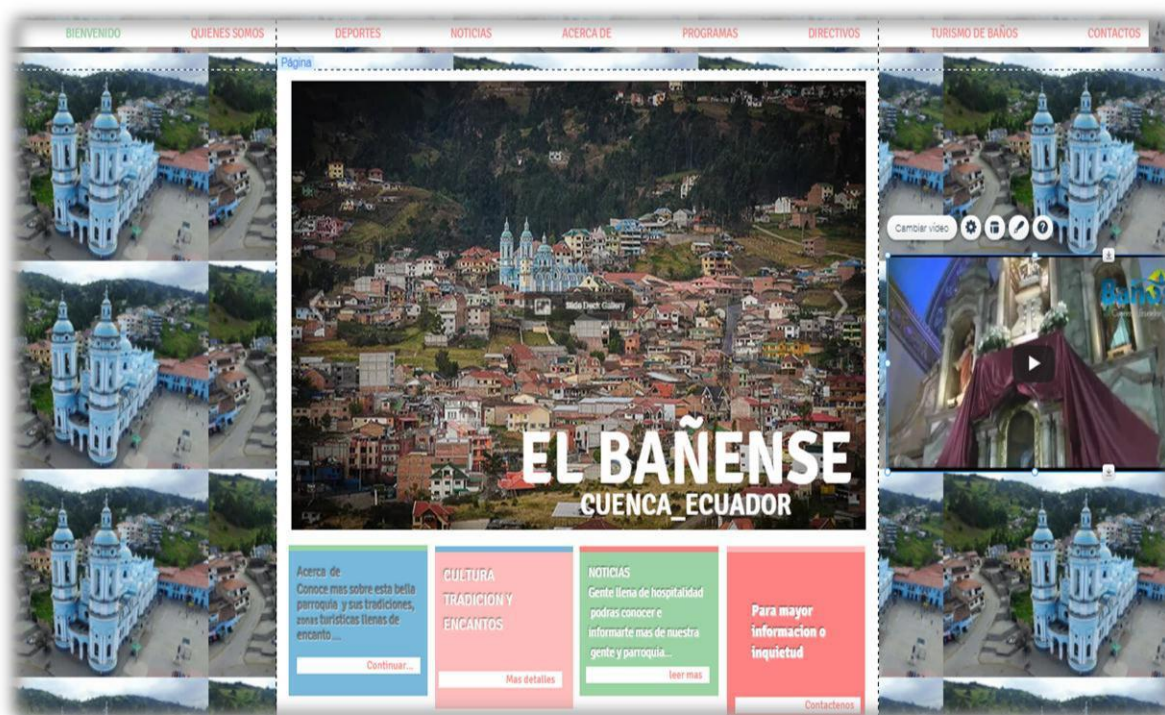


CAPÍTULO IV

ELABORACIÓN DEL PERIÓDICO VIRTUAL

Al obtener la información levantada en el capítulo anterior, se muestra claramente el enfoque que debe tener el periódico virtual. A partir de estas consideraciones se ha estructurado el periódico.

El nombre del periódico virtual de acuerdo al resultado de la encuesta se decidió por “El BAÑENSE”, a continuación, se presenta el periódico diseñado en una página web:



Esta captura de pantalla, es la página principal del periódico virtual, en donde tiene enlaces de acceso a las diferentes secciones del periódico como son las siguientes:



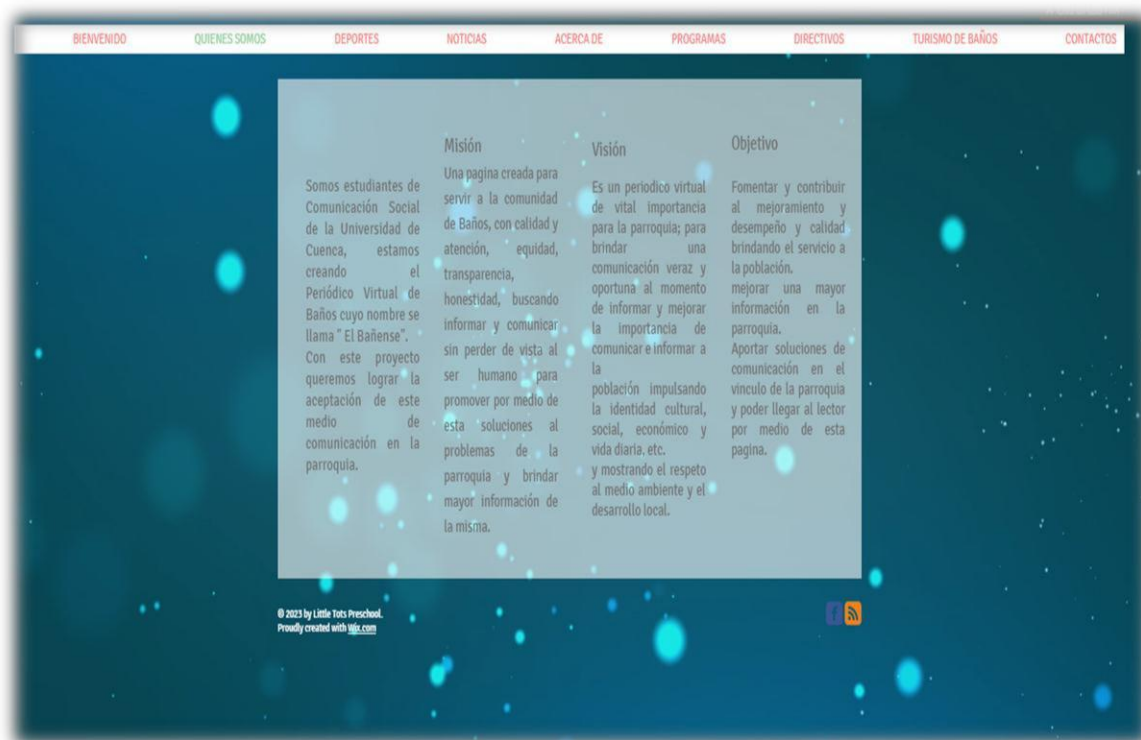
- Bienvenidos
- Quienes somos
- Deportes
- Noticias
- Galería
- Interculturalidad
- Gestión social y participativa
- Turismo en Baños
- Contáctanos

4. ENLACE: “BIENVENIDOS”

Este enlace corresponde a la página principal del periódico, que muestra los diferentes enlaces que se pueden visitar.

4.1. ENLACE “QUIENES SOMOS”

Haciendo un clic en “*Quienes somos*” se obtendrá la siguiente información: ¿cómo inició y por qué se creó el proyecto del periódico virtual?, es decir, su justificación, además, encontrará la misión, visión y objetivo de la creación del periódico virtual para la parroquia Baños.



4.2. ENLACE: “DEPORTES”

Según la encuesta realizada a una muestra de los habitantes de la parroquia, se puede observar en análisis que en su gran mayoría les gustaría tener como información en el periódico virtual la sección de “Deportes”, por lo tanto, si se realiza un clic en el enlace se obtendrá la información de todos los deportes y novedades relacionadas con el tema tanto a nivel parroquial, local, nacional, como internacional. Sin embargo, lo que más se resaltarán son los campeonatos que se realizan en la parroquia Baños, se anunciarán las jornadas deportivas y los equipos ganadores una vez concluidas las fechas de los diferentes campeonatos.

A continuación, se refleja una imagen de la página de la sección de deportes y cómo se expresa la información en ella:



BIENVENIDO
QUIENES SOMOS
DEPORTES
NOTICIAS
ACERCA DE
PROGRAMAS
DIRECTIVOS
TURISMO DE BAÑOS
CONTACTOS

DEPORTES / BAÑOS

El día sábado realizamos la inauguración de la cancha de uso múltiple del barrio San José en Huizhil. La obra se ejecutó en forma conjunta entre Prefectura Azuay, el Gad. Parroquial Rural de Baños y con mano de obra no calificada de la comunidad. #SequimosTrabajando

HORARIOS DE LA SEGUNDA FECHA
"COPA PREFECTURA DEL AZUAY Y GAD PARROQUIAL DE BAÑOS" CDLA. SAN JOSÉ.
VIERNES 12 DE MAYO 2017
19H00: LOS ARIZAGA VS. H.S.I
20H00: SI NO ES PALO ES GOL VS. ATLÉTICO BOCA JR.
21H00: LOS DEL BARRIO VS. FUERZA G.
22H00: TALLERES BACULIMA VS. REAL ARTE
SÁBADO 13 DE MAYO 2017
14H00: SANTA ANA VS. ACUARIO
15H00: SOLO PANAS VS. MERCEDARIOS.
16H00: LA CUADRA VS. REVELACIÓN
17H00: ATLÉTICO SAN LUIS VS. CONTROL SUR
18H00: MR. CUENCANOS VS. PRIMOS
19H00: EQUACONSTRUCTIONS VS. CLUB GUADALUPANO.
20H00: VALENS F.C. VS. GREMO F.C.
21H00: SALVADOR BARRETO VS. BABYS.
22H00: ARSENAL VS. ADAMS SPORT.
NOTA: SE RUEGA PUNTUALIDAD YA QUE NOS REJIREMOS ESTRICTAMENTE AL TIEMPO MÍNIMO DE ESPERA SEGÚN EL REGLAMENTO... FAVOR CANCELAR DE LA INSCRIPCIÓN Y DE LAS TARJETAS. GRACIAS.

© 2017 by Little Tuts Preschool.
Proudly created with Wix.com

4.2.1. DEPORTE NACIONAL

BIENVENIDO
QUIENES SOMOS
ACERCA DE
INTERCULTURALIDAD
DIRECTIVOS
TURISMO DE BAÑOS
CONTACTOS

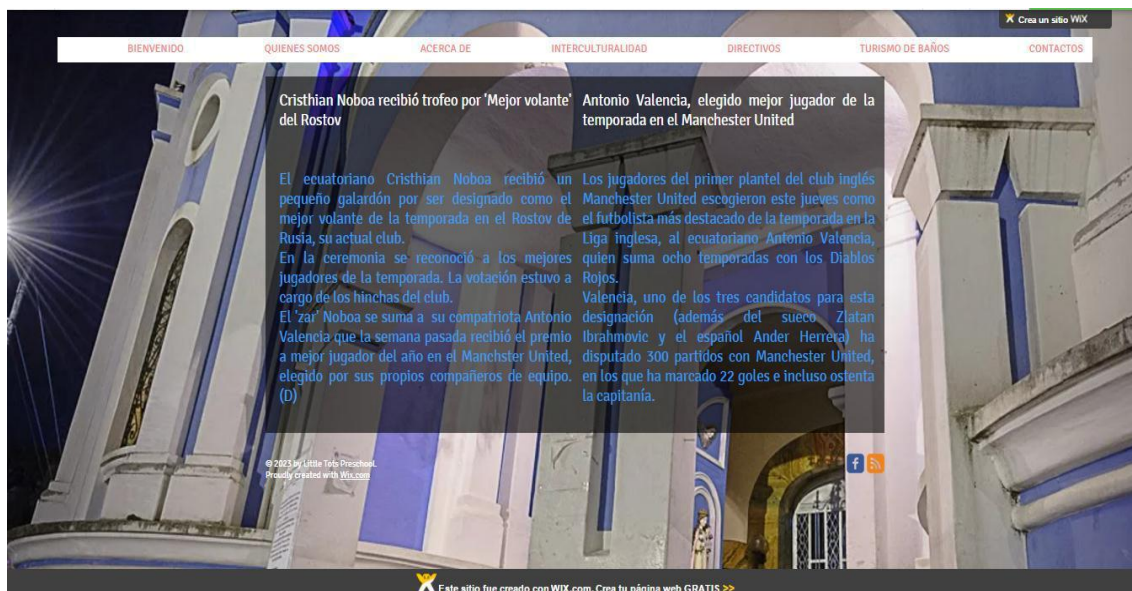
Juan Carlos Burbano: Triunfo eléctrico con goles de "Barcelona es el favorito a Angulo y Portocarrero ganar la etapa"

Barcelona es el favorito a ganar la etapa, a criterio de Juan Carlos Burbano.
Juan Carlos Burbano, jugador de fútbol, analizó la jornada de ayer por el campeonato ecuatoriano. Consideró de "estrato" que dos equipos de Guayaquil hayan ganado en Quito en el mismo estadio Olímpico Atahualpa. Además reveló en entrevista en Radio City quién es su favorito a ganar la primera etapa.
"Antes no sucedía esto, era muy difícil que un equipo de Guayaquil gane en Quito, el tema de la altura siempre pesó pero se demuestra que si no hay un buen sistema táctico, si no hay un buen plantel o un convencimiento de un equipo de la sierra es muy difícil sacar provecho de la altura".
"Emelec y Barcelona han venido acá y juegan de igual a igual y superan el tema de la altura que es más mental y tiene que ver con la técnica y se llevan puntos de acá. Se ve una hegemonía de los equipos de la costa en los últimos campeonatos".
Victoria de Barcelona a Universidad Católica.
"Católica ha venido haciendo una buena campaña pero en ciertos momentos del torneo se cae y no puede sostenerse, tal vez por la falta de plantel".
Victoria de Emelec a El Nacional.
"Emelec se ha venido manteniendo en los primeros lugares en los últimos años y eso no es nuevo, lo que sí extraño es lo de El Nacional pero creo que su causa es el dar una ventaja al no tener jugadores extranjeros y los jugadores nacionales son demasiado caros".
Buen nivel de Delfín.
"Su gran mérito es que ha invertido y ha traído jugadores importantes y se está sosteniendo. El entrenador es un gran estratega, sabe y llega al

Pudo haber sido una victoria más amplia para Emelec, pero el peruano Cristhian Ramos (24 y 40 minutos) y Fernando Gallo (46m) tuvieron mala fortuna y estrellaron el balón tres veces en el palo del arco de El Nacional, ayer por la fecha número 15 en el estadio Olímpico Atahualpa.
Pero pese a esas circunstancias futboleras y que eléctricos reservaron a varios titulares por el duelo de Copa Libertadores de este jueves, contra Melgar en el Capwell, el visitante venció 0-2 y demostró una enorme superioridad sobre los inofensivos militares.
Lo de ayer en el Atahualpa, sobre todo en el primer tiempo, fue un monólogo millonario. Le causó daño al elenco criollo cuando quiso y frenó en el momento que lo deseó. Esto último, aparentemente, generó molestia en Alfredo Arias.
El dominio visitante se transformó en gol al minuto 17. Drayon Angulo derrotó a Johan Padilla luego de una jugada colectiva que lo inició el arquero Esteban Drey, pasó por Segundo Portocarrero y Carlos Orejuela. Este último cedió a Angulo, quien superó a Édder Fuentes y Franklin Guerra, y definió. Fue el 0-1.
El Nacional no reaccionó y más bien el sometimiento continuó. En ese contexto, la pelota se estrelló dos veces en los postes del arco de Padilla con un tirazo de Ramos y luego un cabezazo del mismo zaguero.
Apenas iniciado el complemento, Gallo, con un violento disparo, remeció el palo del arco militar. Luego, Portocarrero sientenció el marcador (53m). Tras un tiro libre cobrado por Gallo, en el que de forma increíble falló el volante Manuel Balda, quien al intentar rechazar la pelota pateó al aire, apareció el emelecista para poner el 0-2 con un vistoso golpe de cabeza. El resultado era más que justo.
En los adicionales, el árbitro Vitorio Espinel sancionó una falta del criollo Javier Quinónez sobre Carlos Orejuela, pero se equivocó al decretarla fuera del área. Era penal. (D)
El Nacional - 0



4.2.2. DEPORTE INTERNACIONAL



4.3. ENLACE: “NOTICIAS”

Así mismo según los resultados de la encuesta una sección importante para los habitantes de la parroquia es la que brinde información sobre actividades, sucesos, hechos importantes las noticias actualizadas tanto de la zona como de la ciudad de Cuenca en general.

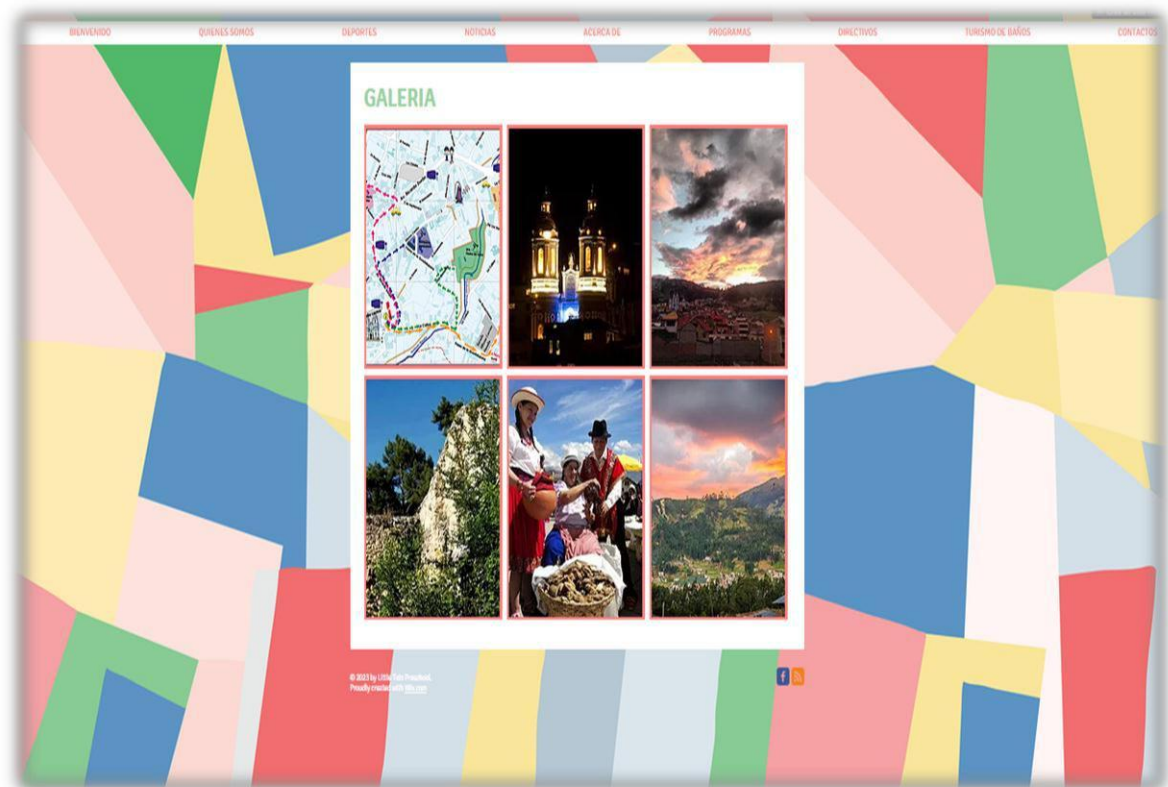
A continuación, se presenta un modelo de las noticias en el periódico virtual “El BAÑENSE”.



4.4. ENLACE: “GALERIA”

Por otra parte, en la página del periódico virtual existe un enlace de Galería con fotos más destacadas de la parroquia Baños resaltando su paisaje, cultura, arte y tradición. Las fotografías serán actualizadas y modificadas cada quince días. En este tema cabe destacar que se incluirán las fotografías de los lectores y lectoras, previo a un proceso de selección.

A continuación, se presenta un ejemplo de la página:



4.5. HISTORIA DE BAÑOS

Además, se encontrará en uno de los enlaces, la historia de Baños para información tanto de los habitantes como de personas particulares que necesiten conocer más sobre la parroquia. En esta sección se hace referencia a la Fundación de Baños, la historia de las principales construcciones, los relatos sobre el desarrollo de las zonas turísticas, además se contará sobre la historia de los procesos organizativos y culturales.



4.6. ENLACE: “GESTIÓN SOCIAL Y PARTICIPATIVA”

En la siguiente pestaña el enlace permite obtener la información sobre la gestión social y comunitaria que se desarrolla en la parroquia entre las que señalamos las actividades de las organizaciones comunitarias como la Junta de Agua, los Comités Pro mejoras, las Asociaciones y los grupos organizados. En esta sección se colocará información destacada sobre las acciones que desarrolla el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Baños. En la propuesta que adjuntamos, se recogen algunos datos referidos al GAD parroquial de Baños, información que deberá ser actualizada en las diferentes ediciones del periódico.

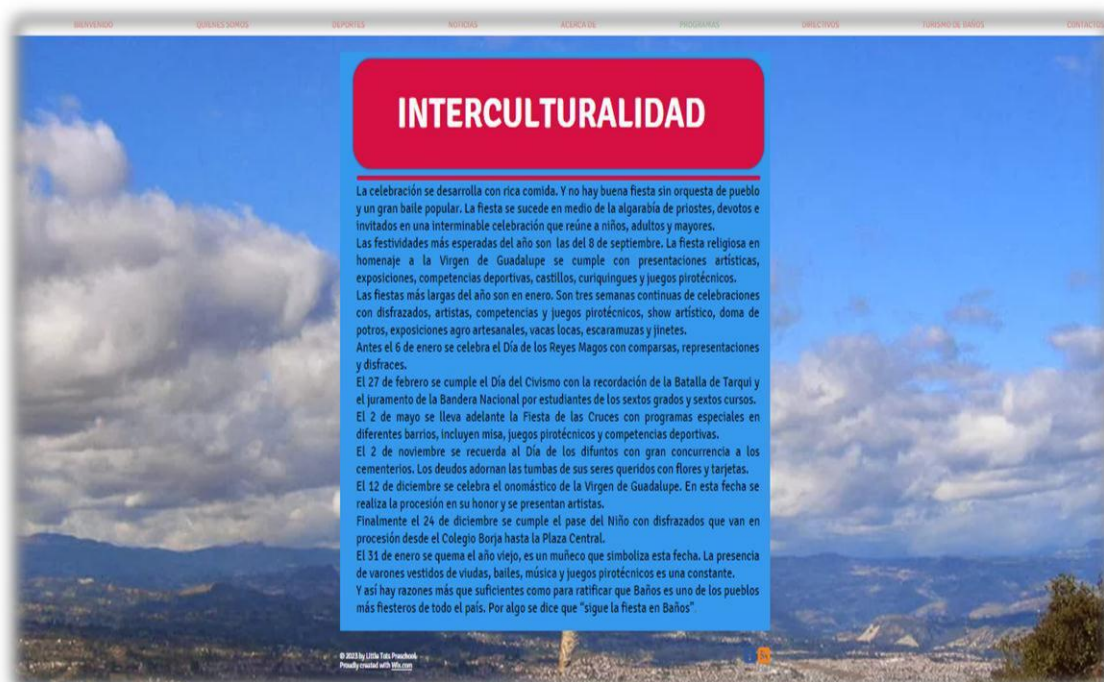


Cabe mencionar que esta sección se orienta a visibilizar la acción organizativa de la parroquia, así como las propuestas de las diferentes instituciones presentes en Baños.

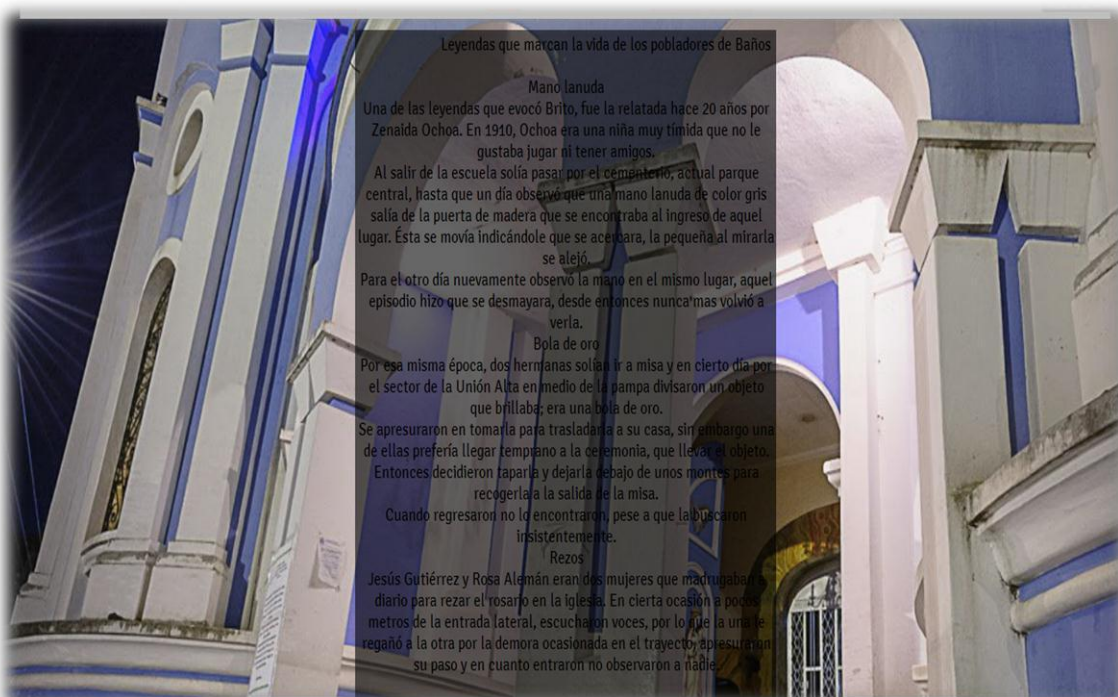


4.7. ENLACE: “INTERCULTURALIDAD”

En el enlace Interculturalidad se abordarán algunos elementos sobre la cultura local, la memoria histórica, las tradiciones, las celebraciones, las leyendas, los mitos. Se realizarán notas periodísticas y reportajes sobre la riqueza cultural de la parroquia así como sobre los desafíos de la parroquia frente a la urbanización, al crecimiento poblacional, a las relaciones culturales establecidas entre los antiguos y nuevos pobladores de la parroquia.



4.8. “INTERCULTURALIDAD LEYENDAS”



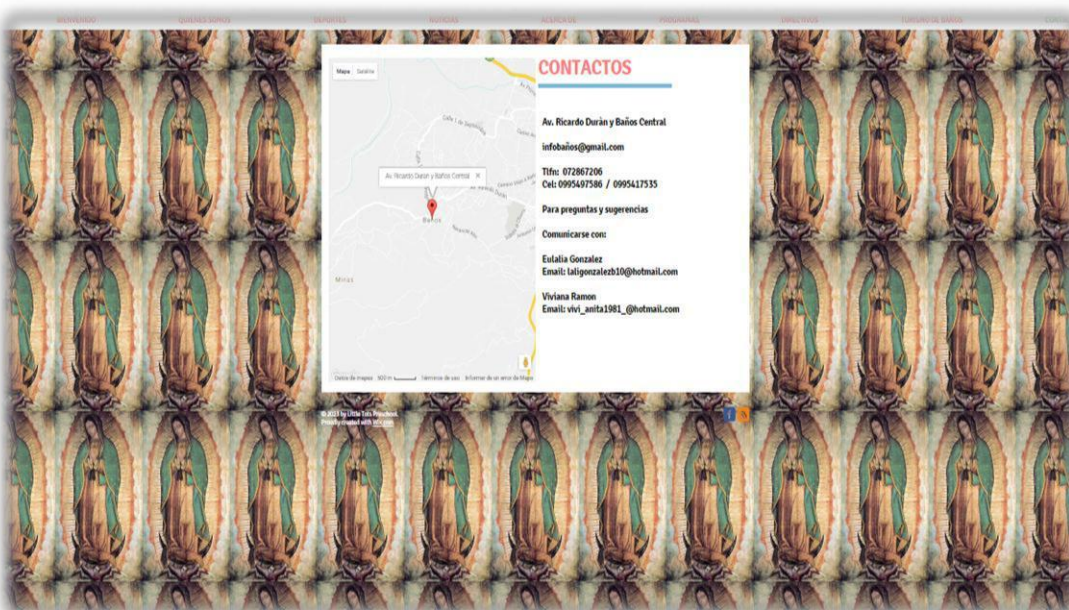


4.9. “INTERCULTURALIDAD TRADICIONES”



4.10. ENLACE: “CONTÁCTANOS”

En la pestaña “contáctanos” de la página principal del periódico estará los datos de las personas de contacto, además, dirección, teléfono, correo electrónico.



4.11. ENLACE “TURISMO EN BAÑOS”

La información que más atrae a las personas son las zonas turísticas de Baños, por lo tanto, siempre se deberá mantener actualizada con las últimas novedades turísticas.

A continuación, se encontrará con la imagen que detalla los siguientes aspectos:

- Hosterías y balnearios, en donde se realiza un recuento sobre el crecimiento del sector turístico.
- Gente hospitalaria, se detallan las características de la población para acoger a los turistas, mostrando la calidez de la gente.
- Bandas de Pueblo, en donde se muestra las potencialidades que tiene Baños en la cultura musical popular, pues una de las características de



la parroquia es la permanente presencia de Bandas de Pueblo, que constituyen en símbolo cultural importante.



El diseño y acceso a cualquiera de estos enlaces de la página del Periódico Virtual “EL BAÑENSE” es dinámico y sencillo para que las personas se puedan familiarizar y manejar la página con facilidad. En el anexo adjunto se encuentra un CD interactivo con la propuesta para la implementación del periódico virtual.

5. SOSTENIBILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

El periódico virtual EL BAÑENSE, pretende convertirse en una propuesta periodística permanente gestionada y administrada por quienes hemos elaborado el presente trabajo de titulación.



Consideramos que el periódico se podrá sostener financieramente, pues en la parroquia encontramos una serie de empresas y negocios particulares que podrán participar por medio de la publicidad. En este sentido proponemos la realización de alianzas estratégicas con los propietarios de estos emprendimientos.

Otro de los elementos a considerar es el gran número de personas que han migrado, principalmente a EEUU, con quienes se generarán nexos para la publicación de notas, entrevistas y reportajes sobre las actividades de la comunidad Bañense residente en EEUU. Por medio de estas iniciativas se buscará el financiamiento para que este medio de comunicación se mantenga. Hasta la fecha se ha logrado la aceptación de algunas familias a quienes se les ha presentado la propuesta teniendo su interés para colaborar.

En cuanto a la gestión social, se ha considerado el establecimiento de acuerdos con las principales organizaciones de la parroquia como la Junta de Agua, los clubes juveniles, las asociaciones comunitarias y los grupos de deportistas con quienes se trabajará permanentemente para la difusión de sus actividades, así como sobre sus preocupaciones e intereses de todos los sectores de la parroquia. Es decir se buscará mantener una articulación constante con estos sectores populares que son los protagonistas de esta propuesta de comunicación.

El periódico tendrá una característica dinámica y participativa que genere intercambio y comunicación permanente sobre las principales problemáticas y acontecimientos de la parroquia. Será un enlace entre todos los grupos sociales de Baños, orientado a mejorar los procesos comunicativos comunitarios.



5.1. SOCIABILIZACIÓN EN LA PARROQUIA DE BAÑOS

Como parte del proyecto de elaboración del periódico virtual “El Bañense”, se realizó el proceso de sociabilización con la población de la parroquia Baños, en el mismo participaron jóvenes a quienes se les presentó el periódico virtual “EL BAÑENSE”, y pudieron interactuar con la página accediendo a cada uno de los enlaces. Se realizó un grupo focal, luego de este proceso se establecen las siguientes conclusiones.

- El periódico virtual “El Bañense”, es un medio que concita el interés de la población. En el grupo focal se evidenció que es un medio mediante el cual se puede obtener información sobre la realidad de la parroquia.
- Otra conclusión del proceso de socialización está relacionada con la necesidad de realizar mayor difusión principalmente a los jóvenes, pues se observó que la página es de fácil manejo y puede ser un elemento importante para informar sobre temas de jóvenes.
- Otro elemento que destacó es que la página ofrece la posibilidad de interactuar y ofrece espacios de participación.

En general se puede comentar que el periódico tiene aceptación por parte de la población, pero es importante ampliar la difusión y la promoción de este medio de comunicación.

A continuación mostramos las opiniones de los participantes en la socialización:

“Es un medio para informar a la parroquia sobre los problemas que se tiene en la comunidad. Por este medio se puede informar a la sociedad y a todos los que habitamos en la parroquia”.

Santiago Z.



“Es muy interesante que estén elaborando de una manera profesional con una visión joven y participativa. Espero que este Proyecto se mantenga y se conserve a lo máximo para un futuro, y así podamos informarnos más de los hechos que suceden en nuestra comunidad. Esperamos que se haga propaganda más exhaustiva ya que la gente conozca y pueda puedan participar los jóvenes en esta página virtual”.

Lcda. Emma Brito.

“Es un medio donde se puede interactuar y se pueda conocer las actividades relacionadas tanto como noticias, aspectos culturales, sociales, deportivos y en general, y así pueda llegar a la gente que está en otros lugares.es un periódico novedoso e interesante y muy útil”.

Mónica L.

Fotografías del proceso de socialización.



Elaborado por: Eulalia González.
Socialización con jóvenes.



Elaborado por: Eulalia González.
Socialización con jóvenes.



Elaborado por: Viviana Ramón.
Socialización con jóvenes.



6. CONCLUSIONES RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- Baños es una de las parroquias más pobladas del cantón Cuenca y actualmente enfrenta un crecimiento urbanístico importante, esta realidad muestra que Baños cada vez está más conectada con la ciudad de Cuenca, recibiendo toda la influencia del mundo exterior. En los últimos años se ha desarrollado la conectividad a través de internet. Del estudio realizado para este trabajo de titulación, el 94,68 % de la población accede a internet en su domicilio, lo que evidencia que un medio de comunicación virtual con información sobre la parroquia, podría tener una acogida y dinamizar la participación de la población en la comunicación.
- Para el presente Trabajo de Titulación se aplicó una encuesta que permitió conocer la realidad de la parroquia frente a la implementación de un periódico virtual. De acuerdo a este estudio el 98.94% de la población está de acuerdo con el periódico digital, como un medio de comunicación que permitirá contar con información actualizada sobre la realidad, problemas, necesidades, aspectos sociales y culturales de la parroquia.
- Otro aspecto que se destaca es el acceso de la población a niveles de educación secundaria en un 49.20% y superior en un 32.98 %, lo que evidencia que la implementación del periódico virtual tendrá éxito por cuanto la mayoría de la población tiene conocimiento sobre herramientas de tecnologías de la información.



- Los nuevos desafíos del periodismo obligan a generar medios dinámicos e interactivos en los cuáles la población pueda participar, con esta finalidad se ha diseñado el periódico virtual El Bañense, como un medio abierto a la población para que los distintos sectores informen sobre su realidad y puedan participar de forma directa o indirecta.
- Como conclusión de este proyecto podemos decir que el periódico virtual El Bañense es un medio que informa, comunica y aporta al desarrollo de Baños.
- Otro aspecto a destacar es la potencialidad que tiene este medio digital para contribuir a las necesidades de información sobre los principales acontecimientos y sucesos de la parroquia, siendo un medio inserto en la dinámica social de Baños.
- En las encuestas realizadas para la elaboración de nuestro tema de proyecto contamos con la acogida de los pobladores de la parroquia Baños, ya que algunos quieren vincularse con nuestra página realizando noticias o con la elaboración de fotografías. En este sentido, el periódico servirá como un medio de expresión de los habitantes de la parroquia.
- El periódico es interactivo y permite el acceso fácil y rápido a los diferentes enlaces con la información sobre la parroquia.
- De acuerdo a la investigación realizada el periódico cuenta con las siguientes secciones: Bienvenidos, Quiénes somos, Deportes, Noticias, Galería, Interculturalidad, Gestión social y participativa, Turismo en Baños, Contáctanos.



6.2. RECOMENDACIONES

- Para la permanencia del periódico virtual se recomienda mantener un contacto permanente con los distintos sectores sociales de la parroquia, con la Junta de Agua, asociaciones, Clubes deportivos, grupos de interés, así como con las instituciones como el GAD Parroquial de Baños. Esta relación permanente genera propuestas de comunicación que recoja la realidad de los diferentes sectores poblacionales.
- Se recomienda el establecimiento de alianzas estratégicas con los grupos empresariales y dueños de negocios presentes en la parroquia con la finalidad de crear fuentes de financiamiento, a través de la publicidad.
- Se recomienda que estos proyectos tengan como fin de brindar información veraz y oportuna, que se mantengan los espacios de interculturalidad e información sobre la realidad local y las dinámicas económicas, sociales, ambientales y culturales de la localidad.
- Un elemento a tomar en cuenta es la participación comunitaria en el periódico virtual, para lo cual se recomienda generar espacios de diálogo con los diferentes sectores. Es importante que el periódico se consolide como un medio que responde a la realidad local y destaca el protagonismo de los habitantes de Baños.



BIBLIOGRAFÍA

Real Academia Española. (31 de 03 de 2017). Obtenido de WordReference.com

Benítez, J. (2009). *Tiempos de Cambio*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Obtenido de http://www.academia.edu/354841/Medios_de_comunicaci%C3%B3n_en_El_Salvador_debates_pendientes_para_la_democracia

Bowman, S., & Willis, C. (2005). *The Media Center Del American Press Institute*.

Caminos, J., Marin, F., & Armentia, J. (2006). Elementos definitorios del Periodismo Digital. *Universidad del País Vasco*, 4.

CARE Ecuador . (31 de 03 de 2014). *Te presentamos a CARE Ecuador*. Obtenido de <http://www.care.org.ec/>

Cibercorresponsales. (31 de 03 de 2017). Obtenido de ¿Qué es Periodismo Ciudadano?: <https://www.cibercorresponsales.org/pages/que-es-el-periodismo-ciudadano>

Comunicación Popular. (31 de 03 de 2017). *¿Qué es Comunicación Popular?* Obtenido de <http://comunicacionpopular.com.ar/about-2/>

Costa, D. (28 de 10 de 2013). *Periodismo Digital*. Obtenido de Periodismo Tradicional vs. Digital: Ventajas y Desventajas: <https://interactivacav.wordpress.com/2013/10/28/periodismo-tradicional-vs-digital-ventajas-y-desventajas/>

Escandell, V. M. (2014). *La Comunicación: Lengua, Cognición y Sociedad*. México: AKAL.

Freire. (1998). *Extensión o Comunicación. La concientización en el medio rural*. Madrid: Siglo XXI Editores S.A.

Freire, P. (1969). *La Educación como práctica de libertad*. Montivideo: Tierra Nueva.

GAD CUENCA. (31 de 03 de 2017). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Rural*. Obtenido de www.parroquiabanos.gob.ec/pdot/Propuesta.pdf

GAD Parroquial Rural de Baños. (31 de 03 de 2017). *Baños*. Obtenido de <http://parroquiabanos.gob.ec/parroquia/historia/>

GAD Parroquial Rural de Baños. (31 de 03 de 2017). *Símbolos*. Obtenido de <http://parroquiabanos.gob.ec/parroquia/simbolos/>



- Gil, Q. (30 de 11 de 1999). *Diseñando el periodista digital (I)*. Obtenido de <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
- Google Maps. (31 de 03 de 2017). *Baños Cuenca*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-2.9201111,-79.0653083,819m/data=!3m1!1e3>
- Hernandez, J. (2004). *La objetividad es como una dama respetable y conocida cuyo*. Quito: Ciespal.
- Iglesias, M. (2014). Periodismo Digital vs Periodismo Tradicional. *Horizontal*, 4.
- INEC. (31 de 03 de 2017). *POBLACIÓN POR ÁREA, SEGÚN PROVINCIA, CANTÓN Y PARROQUIA DE EMPADRONAMIENTO*. Obtenido de www.inec.gob.ec
- Kaplun, M. (1998). *El Pomicador Popular*. Quito: Ciespal.
- León, O. (28 de 11 de 2008). Los medios populares de comunicación como instrumento para el empoderamiento de los movimientos sociales y la democracia comunicacional,. Caracas, Venezuela.
- Martín, B. J. (1980). *Retos de la investigación de comunicación en América Latina*. Cali.
- Martinez, Y. (2007). Luces y sombras del periodismo ciudadano: actitud frente a un fenómeno imparable. *Universidad Complutense de Madrid*, 4.
- Merino, U. J. (1988). *Comunicación popular, alternativa y participatoria*. Quito: Ciespal.
- Reyes, H. (20 de 01 de 2015). *Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación*. Obtenido de Potenciar los medios comunitarios: apuesta vital para la comunicación y la democracia: <http://www.cordicom.gob.ec/potenciar-los-medios-comunitarios-apuesta-vital-para-la-comunicacion-y-la-democracia/>
- Rivero, D. (25 de 03 de 2013). MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS. Guatire, Miranda, Venezuela.
- Scheaffer, R., Mendenhall, W., & Lyman, O. (2006). *Elementos de muestreo*. Madrid: Paraninfo.
- ViajandoX Consultores. (31 de 03 de 2017). *Aguas termales de Baños*. Obtenido de <http://www.ec.viajandox.com/cuenca/aguas-termales-de-banos-A136>



7. ANEXOS

UNIVERSIDAD DE CUENCA



Anexo # 2 Diseño de Encuesta



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODELO DE LA ENCUESTA GENERAL

Somos estudiantes de la Universidad de Cuenca de la Facultad de Filosofía, en el área de Periodismo, el objetivo de esta encuesta es conocer las necesidades que posee la parroquia, mediante la **IMPLEMENTACIÓN DE UN PERIÓDICO VIRTUAL COMUNITARIO, EN LA PARROQUIA BAÑOS, PERTENECIENTE AL CANTÓN CUENCA.**

1. ¿Sexo?

Hombre ____

Mujer ____

2. ¿Edad?



3. ¿Dónde vive?

Cuenca	Narancay
Baños centro	El chorro
Minas	Misicata
Zhucay	Unión alta
Soldados	Unión baja
Huizhil	
Nero	

4. ¿Nivel de Instrucción?

Primaria

Secundaria ☐

Superior ☐

Post grado ☐

5. ¿Tiene acceso a internet?

Si _____

No _____

6. ¿Qué medios de comunicación usted utiliza?

Televisión ☐

Prensa escrita ☐

Redes sociales ☐

Radio ☐



7. ¿Con qué frecuencia utiliza los los medios de comunicación social?

Medio	Siempre	A veces	Nunca
Televisión			
Prensa escrita			
Redes sociales			
Radio			

8. ¿En qué horarios utiliza los medios de comunicación?

Medio	Mañana	Tarde	Noche
Televisión			
Prensa escrita			
Redes sociales			
Radio			

9. ¿A través de qué medio de comunicación usted se informa sobre acontecimientos o hechos de la parroquia Baños?

- Televisión ☐
- Prensa escrita ☐
- Redes sociales ☐
- Radio ☐
- Ninguno ☐

Porque—

Otros _____

Mensual ☐



13. ¿Le gustaría interactuar en el Periódico Virtual /Digital Comunitario a través de?

- | | |
|-------------|--------------------------|
| Editoriales | <input type="checkbox"/> |
| Opiniones | <input type="checkbox"/> |
| Caricaturas | <input type="checkbox"/> |
| Historias | <input type="checkbox"/> |
| Deportes | <input type="checkbox"/> |
| Sociales | <input type="checkbox"/> |
| Comics | <input type="checkbox"/> |
| Noticias | <input type="checkbox"/> |
| Entrevistas | <input type="checkbox"/> |

14. ¿Qué nombre le gustaría que lleve este Periódico?

- | | |
|----------------|--------------------------|
| El Báñense | <input type="checkbox"/> |
| Pasa la Voz | <input type="checkbox"/> |
| El artesano | <input type="checkbox"/> |
| ExpoNoticias | <input type="checkbox"/> |
| NotiHoy | <input type="checkbox"/> |
| El Emprendedor | <input type="checkbox"/> |
| El Día a Día | <input type="checkbox"/> |



Anexo # 3 Fotografías de la encuesta realizada en Baños

